

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Modernisasi pada zaman sekarang ini bagaikan laju kereta yang tidak dapat terbendung lagi, Istilah modernisasi dianggap sebagai adanya perubahan perilaku masyarakat yang masih secara konvensional berubah menjadi masyarakat yang menggunakan kemajuan teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Syam 2021). Sehingga menimbulkan perubahan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari – hari, yang dapat menimbulkan efek positif maupun efek negatif. Salah satu contoh efek positif modernisasi dalam bisnis jual beli barang yaitu perubahan perilaku masyarakat dalam membeli barang, jika biasanya masyarakat akan pergi ke *supermarket* atau toko yang menjual barang yang kita inginkan. Sekarang kita bisa cukup di rumah saja dan mencari barang yang kita inginkan menggunakan *smartphone*, lalu barang tersebut ada di rumah kita. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya *e-commerce*.

Seiring dengan perkembangan internet di Indonesia, mulai banyak yang menggunakan internet sebagai sarana bertransaksi secara *online* menggunakan *e-commerce*. *Electronic commerce* yang biasa kita kenal *e-commerce* adalah kegiatan yang melibatkan transaksi jual beli barang dan jasa melalui media digital (Toruan 2022). Konsumen beranggapan transaksi jual beli melalui *e-commerce* terasa lebih mudah dan menghemat waktu dibandingkan jual beli barang secara konvensional (Putra 2022). Konsumen

tidak perlu mendatangi toko untuk mendapatkan barang yang ingin dibeli selama memiliki *device* yang diperlukan dan jaringan internet.

Tidak heran dengan kelebihan tersebut dan banyaknya bisnis *e-commerce* yang tumbuh di Indonesia. Terjadi persaingan di antara banyak bisnis *e-commerce* di Indonesia, dengan memberikan *service* penggunaan yang baik dan harga barang yang lebih bersaing dengan kompetitor untuk menarik pelanggan supaya memilih bisnis *e-commerce* nya sebagai tempat bertransaksi. Situs *website e-commerce* Indonesia terpopuler tahun 2023 diwakili oleh gambar di bawah ini.



Sumber : [www.qontak.com](http://www.qontak.com), 2024

### **Gambar 1.1 E-commerce Indonesia Paling Banyak Dikunjungi**

Berdasarkan gambar 1.1 terbukti bahwa saat ini jenis *e-commerce* yang dipilih oleh konsumen yang paling banyak dikunjungi ialah *marketplace* Shopee dibandingkan *e-commerce* Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak. Data tersebut menyatakan bahwa banyak peminat yang memilih Shopee sebagai *e-commerce*. Dengan banyaknya jenis bisnis *e-commerce* yang hadir

dalam beberapa tahun terakhir memperlihatkan prospek atau potensi industri *e-commerce* di Indonesia. Hal ini dipengaruhi dengan meningkatnya minat masyarakat Indonesia untuk menggunakan kemudahan berbelanja yang ditawarkan oleh *e-commerce*. Sehingga konsumen dihadapkan pada *e-commerce* yang menurutnya cocok dan sesuai dengan keinginan dirinya. Sehingga perlu faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan memilih *e-commerce*, dalam pengambilan keputusan perlu adanya hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *e-commerce*. Sehingga penulis mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan memilih *e-commerce*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu *user experience*. *User experience* menurut Bintan et al. (2022) pengalaman menggunakan suatu produk atau layanan yang dirasakan seseorang secara nyata. Maka dari ini *user experience* dalam penggunaan *e-commerce* dapat memberikan sensasi walaupun melakukan jual beli secara *online* tetapi *experience* yang didapatkan seperti melakukan jual beli secara konvensional. Sehingga menurut Putra (2022) konsumen memiliki niat dan keinginan yang besar berbelanja secara *online* karena pengalaman positif dari pembelian sebelumnya.

Selain *user experience*, faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan memilih *e-commerce* yaitu *system quality*. Menurut Milenia et al. (2019) *system quality* merupakan bentuk kesatuan antara *hardware* dan *software*, di mana kualitas dan kegunaannya dapat diukur berdasarkan

kecepatan akses, kemudahan aksesibilitas oleh pengguna, kemudahan penggunaan, serta tingkat keamanan yang ditawarkan. Dalam hal ini peneliti berpendapat *e-commerce* yang dapat memberikan kriteria tersebut dapat menjadi pertimbangan konsumen atau masyarakat dalam memilih *e-commerce*.

Selain *user experience* dan *system quality*, faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan memilih *e-commerce* yaitu *Price*. Menurut Morina (2021) nilai yang dapat ditukar menggunakan uang atau barang lain untuk mendapatkan *benefit* dari suatu produk atau jasa bagi individu atau kelompok. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khasanah (2022) dan Winarsi et al. (2022) berpendapat *price* berpengaruh positif keputusan pembelian produk di *e-commerce*. Beda dengan penelitian tersebut, Abrar dan Haryoko (2020) disimpulkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan konsumen membeli produk di *e-commerce*.

*Gender* menjelaskan bentuk perbedaan jenis kelamin dalam masyarakat, atau persepsi dalam menentukan peran sosial yang didasarkan pada jenis kelamin, yaitu pria dan wanita (Kusuma 2019). Menurut Saputra et al. (2023) Keputusan pembelian konsumen berdasarkan gender menunjukkan adanya perbedaan yang memengaruhi proses pengambilan keputusan dan perilaku konsumen dalam memilih *e-commerce*. Peneliti menemukan penelitian terdahulu yang berpendapat Lin et al. (2019) dalam Saputra et al. (2023) Konsumen pria cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap belanja online, yang menunjukkan bahwa mereka lebih

dominan dalam melakukan transaksi online dibandingkan dengan konsumen wanita.

Pada prakteknya menurut Nurfaizah (2023) dalam jurnalnya berjudul “Perilaku Masyarakat Kabupaten Tegal Dalam Memenuhi Kebutuhan Sekunder Perspektif Ekonomi Syariah” berkesimpulan masyarakat Kabupaten Tegal mendahulukan kebutuhan sekunder daripada kebutuhan primer karena gengsi dan keinginan hal itu menunjukkan pola konsumtif dalam berbelanja karena adanya gengsi dan keinginan sehingga akan merasa selalu kurang dalam membeli barang, sedangkan dalam prinsip ekonomi syariah bermewah-mewahan tidak dibenarkan apalagi dilandasi oleh gengsi dan keinginan. Melihat dari jurnal tersebut menunjukkan adanya pola konsumtif masyarakat Kabupaten Tegal dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehingga menurut Yusabiran et al. (2024) dalam jurnalnya berjudul “Strategi Pelaku Umkm Dan Peran Pemerintah Di Era Persaingan Global Dalam Meningkatkan Perekonomian Di Kabupaten Tegal” berkesimpulan selain dukungan dari pemerintah pelaku usaha dan UMKM di kabupaten tegal perlu adanya pembaruan dalam penjualan dan pemasaran produknya dengan internet dan *e-commerce* karena adanya *modernisasi*, dikarenakan jika mengandalkan penjualan dan pemasaran secara konvensional kurang bersaing di saat ini. Sehingga peneliti tertarik menggunakan *gender* sebagai moderasi dalam penelitiannya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“Pengaruh *User Experience, System Quality Dan Price***

## **Dalam Pengambilan Keputusan Memilih *E-Commerce* Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi”.**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Era modernisasi merubah kegiatan yang ada di masyarakat, seperti penggunaan *e-commerce* untuk sarana jual beli barang dan jasa oleh masyarakat atau organisasi mengalami peningkatan penggunaan di Indonesia. Generasi Z menjadi salah satu pengguna aktif *e-commerce*. Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil salah satu variabel yaitu Khasanah (2022) dan Winarsih et al. (2022) Penelitian tersebut menemukan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk di *e-commerce*. Namun, berbeda dengan temuan ini, penelitian Akbar dan Haryoko (2020) menyimpulkan bahwa *price* justru berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian produk di *e-commerce*. Berdasarkan hasil penelitian yang berbeda karena itu, peneliti akan melaksanakan penelitian untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam memilih *e-commerce*. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *user experience* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce*?
2. Apakah dukungan *system quality* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce*?

3. Apakah *price* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce* ?
4. Apakah *gender* memoderasi *user experience* terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce* ?
5. Apakah *gender* memoderasi *system quality* terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce* ?
6. Apakah *gender* memoderasi *price* terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce* ?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *user experience* terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce*.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *system quality* terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce*.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price* terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce*.
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *gender* memoderasi *user experience* terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce*.
5. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *gender* memoderasi *system quality* terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce*.
6. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *gender* memoderasi *price* terhadap pengambilan keputusan memilih *e-commerce*.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca atau yang terlibat secara langsung. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu kepada masyarakat dalam memilih menggunakan *e-commerce*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pelaku bisnis *e-commerce* mengenai faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat dalam memilih *platform e-commerce*. Dengan demikian, pelaku usaha *e-commerce* dapat meningkatkan kualitas layanan dan *experience* berbelanja *online* bagi konsumen.
3. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang berkaitan dengan pengaruh *user experience*, *system quality*, dan *price* terhadap keputusan dalam memilih *e-commerce*, dengan *gender* sebagai variabel moderasi.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan mengenai *e-commerce*.
2. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan informasi terkait penerapan ilmu pengetahuan dalam penggunaan *e-commerce*.

### **1.5. Batasan Penelitian**

Lingkup dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh *user experience*, *system quality* dan *price* terhadap pengambilan keputusan dalam memilih *e-commerce*, dengan *gender* sebagai variabel moderasi. Peneliti mengarahkan fokusnya pada masyarakat di Kabupaten Tegal