

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan zaman ini teknologi semakin berkembang dengan seiring waktu, dengan adanya internet alat komunikasi kini jauh lebih mudah dengan tanpa batasan jarak dan waktu. Tidak hanya itu kini dengan tersedianya internet yang semakin luas membuat pengusaha dan toko semakin mudah dengan hadirnya platform aplikasi seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Instagram dan lain sebagainya. Toko online sangat bermanfaat bagi pengusaha yang baru berdiri karena tidak memerlukan tempat fisik untuk membuka toko online.

Toko online adalah platform digital dimana penjual dapat menjual produk atau layanan secara elektronik kepada konsumen melalui internet. Ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian dan transaksi secara online, seringkali dengan menggunakan kartu kredit atau metode pembayaran elektronik lainnya. Toko online dapat berupa situs web mandiri platform e-commerce seperti shopee, Tiktok shop dan toko dalam aplikasi lainnya. Ini memberikan aksesibilitas yang lebih besar bagi pembeli dan memungkinkan penjual untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Ummicha adalah toko yang menjual baju gamis dan koko dengan berbagai ragam desain dari anak - anak hingga dewasa, yang bertempat pada Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Mojokerto. Toko ini berdiri pada tahun 2016,

dengan produksi sendiri yang membuat konsumen tertarik karena mempunyai banyak desain yang berbeda setiap tahun. Untuk penjualan dalam toko Ummicha melalui online dan juga offline. Untuk penjualan online melalui *e-commerce* Tiktok shop, *Instagram* dan *Whatsapp* dan *Shopee* sedangkan offline bisa datang langsung ke tempat. Dalam toko Ummicha media pemasaran yaitu dengan cara membuat konten foto atau desain vidio untuk membuat pelanggan bisa meluas dan juga membuat citra perusahaan bisa dikenal dengan luas. Dengan perkembangan zaman ini aplikasi ataupun platform penjualan online mempunyai banyak fitur yang sangat berpengaruh bagi keputusan pembelian. Toko Ummicha merupakan toko yang pemasaran atau penjualan nya cukup luas dan terkenal di beberapa daerah di kecamatan Dlanggu.

Tujuan pemasaran konten adalah membuat dan mendistribusikan konten yang menarik, bermanfaat, dan relevan bagi audiens target. Konten tersebut dapat artikel blog, vidio, infografis, dan lain nya. Konten marketing tidak hanya tentang promosi produk atau layanan, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam bentuk informasi, hiburan atau pemecahan masalah bagi konsumen. Hal ini membantu memposisikan merek sebagai otoritas dalam industri dan menciptakan keterlibatan jangka panjang dengan pelanggan potensial.

Dalam toko Ummicha melakukan penjualan dengan membuat konten vidio pemasaran yang menarik, melakukan live setiap hari dan selalu memposting produk terbaru setiap tahun nya, untuk menarik audiens dan penonton yang ada dalam Tiktok shop dan Instagram. Serta menyediakan pengiriman secara COD

untuk konsumen yang jauh. Pentingnya membuat video dan postingan pemasaran yang menarik dan kreatif adalah salah satu faktor yang paling penting dalam menarik sejumlah besar audiens dan pelanggan baru sehingga bisa meningkatkan penjualan lebih luas. Pada toko Ummicha admin pada toko sering kali membuat konten video atau postingan penjualan produk di *Instagram*, permasalahan pada toko Ummicha yaitu sering kali audiens atau penonton yang semakin menurun dan tidak konsisten ini membuat masalah bagi toko karena dalam tiktok shop hanya konten yang kreatif dan kualitas postingan harus di perhatikan karena sangat berpengaruh bagi *popularity* bagi perusahaan supaya di kenal lebih luas dan penjualan bisa meningkat. Penjualan merupakan aspek krusial bagi suatu bisnis, dengan perkembangan zaman ini konten marketing merupakan promosi yang sangat bagus untuk persaingan pasar online untuk saat ini. Oleh karena itu perlunya untuk mengukur seberapa besar pengaruh konten *marketing* terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko Ummicha di Desa Kalen.

Online customer review adalah pendapat yang diungkapkan oleh pelanggan tentang kualitas suatu produk atau pengalaman pembelian dari berbagai perspektif. Kehadiran ulasan pelanggan online dapat dianggap relevan karena diposting oleh pembeli yang puas dan telah membeli barang tersebut, menjadikannya salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan tentang apa yang akan dibeli. Jika ada pertanyaan, konsumen dari bagian tersebut akan diberikan informasi tentang kualitas, kuantitas, dan keunikan produk, dan produsen serta konsumen dari kelompok pesaing yang dikhususkan untuk

menyediakan barang dengan perhatian serupa terhadap detail akan dilindungi. Di toko Ummicha seringkali setiap pelanggan membeli produk mereka juga akan membuat postingan review tentang produk yang dikirim langsung pada admin toko, karena online customer review merupakan hal yang penting bagi reputasi toko supaya di kenal lebih luas tetapi ada juga review online yang kurang memuaskan bagi toko Ummicha. Permasalahan pada toko Ummhica yaitu sering kali review yang dikirim oleh konsumen itu tidak semuanya baik, ada juga yang kurang memuaskan dan banyak konsumen yang sulit untuk diminta mengasih *review* online setelah membeli produk. Oleh karena itu perlunya untuk mengukur seberapa besar Dampak online customer review terhadap pilihan pembelian di toko Ummicha di Desa Kalen .

Salah satu cara citra suatu produk terbentuk adalah melalui desainnya. Desain produk yang baik dapat meningkatkan kualitas produk dalam beberapa cara, termasuk dengan menyederhanakan proses produksi, meningkatkan kualitas dan daya tahan produk, serta memperpanjang umur simpannya. Sebaliknya, desain yang unik berpotensi menjadi ciri khas produk tersebut. Dalam toko Ummicha desain produk sangat di perhatikan dan terus menerus untuk di kembangkan seiring dengan perkembangan zaman, karena desain merupakan hal pokok dalam suatu penjualan dan pembeda antara toko yang lain untuk meningkatkan persaingan pasar. Permasalahan pada toko Ummicha yaitu sering kali membuat desain produk baru setiap tahun nya karena produk yang terlalu lama seringkali sulit dijual pada toko Ummicha karena pelanggan akan selalu mencari produk baru. Oleh karena itu perlunya mengukur seberapa

besar desain berpengaruh terkait keputusan pembelian toko online Ummicha di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu. Hal ini menjadi dasar peneliti atas penelitian yang dilakukan. Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Konten *Marketing*, *Online Customer Review*, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Ummicha di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto”. Keputusan pembelian merupakan proses keputusan pembelian seorang konsumen yang menggabungkan informasi untuk memilih antara dua atau lebih pilihan produk yang tersedia (Musayadah, Nersiwad and Utami, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dapat berupa pertanyaan yang jawabannya dapat dijawab dengan metode penelitian. Berikut ini adalah rumusan masalah penelitian berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan:

1. Apakah pada toko UMMICHA di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto, konten *marketing* memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dan positif ?
2. Apakah pada toko UMMICHA di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto, *online customer review* memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dan positif ?
3. Apakah pada toko UMMICHA di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto, desain produk memengaruhi keputusan pembelian

secara signifikan dan positif ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah penelitian diatas dapat disimpulkan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana konten marketing berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko UMMICHA di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk mengetahui bagaimana online customer review berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko UMMICHA di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto.
3. Untuk mengetahui bagaimana desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko UMMICHA di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari sasaran eksplorasi di atas, keuntungan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa memberikan bahan pemikiran untuk melakukan kajian selanjutnya sehingga mereka dapat menjadikan kajian ini sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam kajian mereka, khususnya dalam hal keputusan pembelian pada toko online UMMICHA di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemilik toko UMMICHA di Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto untuk tolak ukur dalam bentuk konten marketing, online customer review, dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada toko UMMICHA di Desa Kalen Kabupaten Mojokerto.
3. Diharapkan penelitian ini dapat membantu para peneliti menerapkan teori yang dipelajari di perkuliahan dan memperoleh lebih banyak wawasan dan pengetahuan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Pokok bahasan penelitian ini adalah tentang persepsi pelanggan tentang *Conten Marketing*, *Online Customer Review* dan *Desain Produk Keputusan Pembelian* terhadap Toko Ummicha Desa Kalen Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto. Sehingga dapat mengukur apakah pelanggan atau konsumen melakukan keputusan pembelian pada Toko online Ummicha, berdasarkan pengaruh *Conten Marketing*, *Online Customer Review* Dan *Desain Produk*. Penelitian ini dimulai pada bulan Maret sampai dengan Juli 2024.