

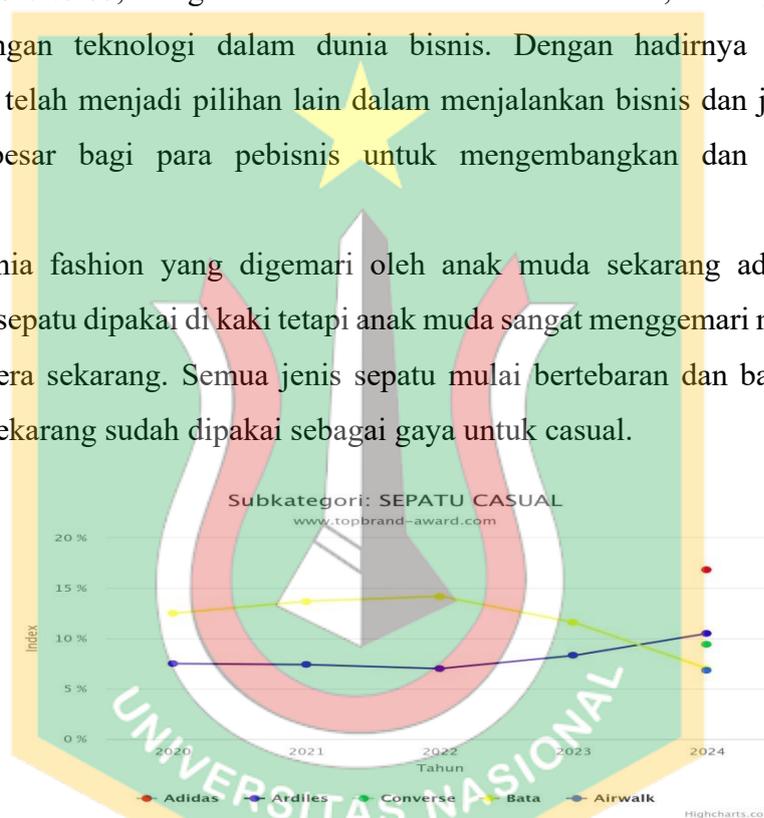
BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dari waktu ke waktu memberikan dampak besar bagi dunia bisnis. Dimana semua yang ada disekitar kita dapat digitalisasi dan semua orang dapat menyebarluaskan karya nya dengan mudah lewat platform *E-commerce*.

E-commerce, singkatan dari electronic commerce, merupakan hasil perkembangan teknologi dalam dunia bisnis. Dengan hadirnya Internet, *E-commerce* telah menjadi pilihan lain dalam menjalankan bisnis dan juga menjadi peluang besar bagi para pebisnis untuk mengembangkan dan memperluas bisnisnya.

Dunia fashion yang digemari oleh anak muda sekarang adalah sepatu, walaupun sepatu dipakai di kaki tetapi anak muda sangat menggemari model-model sepatu di era sekarang. Semua jenis sepatu mulai bertebaran dan bahkan sepatu olahraga sekarang sudah dipakai sebagai gaya untuk casual.



Gambar 1.1

Penjualan sepatu casual periode 2020-2024

Sumber: Top brand Award

Aerostreet adalah salah satu brand sepatu asal Indonesia yang juga ikut bersaing dalam pasar sepatu casual. Dalam pelaksanaanya Aerostreet berfokus untuk menjual produknya di *E-Commerce* Shopee dan tidak lagi di jual secara langsung. Aerostreet juga sering menerbitkan berbagai Kolaborasi Produk yang unik. Menurut (Artagnan dkk., 2023) Ketika 2 brand bekerja sama untuk membuat produk baru yang menggabungkan atau mengintegrasikan ciri khas dari masing-masing merek disebut dengan kolaborasi produk. Dalam kebanyakan kasus,

kolaborasi produk bersama dibuat antara dua produk dalam kategori yang sama, seperti makanan dan minuman, pakaian, atau teknologi, tetapi Khongguan adalah salah satu dari banyak merek lokal terkenal yang dipilih oleh Aerostreet untuk bekerja sama sehingga menghasilkan produk Aerostreet x Khongguan.



Gambar 1.2
AerostreetXKhongguan

Sumber: Google

Menurut (Khafidatul Krishernawan dkk., 2020) Ulasan produk adalah tulisan yang ditulis konsumen pada kolom yang sudah disiapkan oleh e-commerce yang mencerminkan kualitas barang yang sebenarnya, seperti masalah warna, spesifikasi tidak konsisten, masalah penggunaan, atau kualitas tinggi, dan pengalaman yang baik. Seluruh marketplace terutama Shopee selalu memberikan akses kepada konsumen untuk memberikan ulasan atas produk yang telah di beli dan secara bebas dapat dilihat oleh calon konsumen lainnya

Menurut (Victor Kamanda, 2023) *Live streaming* adalah fitur yang memberikan kebebasan bagi pengguna untuk melakukan siaran langsung dari smartphone yang mereka miliki. Shopee sendiri menyediakan fitur *live streaming* yang dimana calon konsumen bisa berkomunikasi dengan host lewat fitur kolom chat dan bisa bertanya apa saja mengenai produk yang dijual.

Penjualan produk berkaitan dengan Keputusan pembelian. Menurut (Yonathan & Miauw, 2016) menjelaskan Keputusan Pembelian sebagai pemilihan dari dua atau lebih pilihan yang dapat dibeli, di mana konsumen memutuskan apa yang harus dibeli sesuai dengan nilai signifikansi dari pembelian tersebut. Berdasarkan pandangan-pandangan ini, dapat dikatakan bahwa keputusan

pembelian konsumen adalah pemilihan apa yang harus dibeli sesuai dengan nilai signifikansi dari pembelian tersebut. Dalam hal ini Keputusan pembelian akan terjadi jika penjual berhasil memenuhi segala aspek yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen akan merasa jika membeli barang tersebut maka kebutuhannya akan terpenuhi. Jika ada salah satu aspek yang kurang terpenuhi maka bisa menyebabkan penjualan produk akan menurun karena pada dasarnya terjadinya Keputusan pembelian diikuti juga oleh keinginan dari konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas membuat penulis tertarik untuk menganalisis atas faktor- faktor Keputusan pembelian produk Aerostreet dengan menggunakan variabel kolaborasi produk, ulasan produk, dan *Live Streaming*. Maka dari itu terbentuklah judul penelitian **“Pengaruh Kolaborasi Produk, Ulasan Produk, dan *Live Streaming* terhadap keputusan pembelian sepatu Aerostreet di Marketplace Shopee Kabupaten Bogor”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah suatu pernyataan yang sudah diformulasikan atau diubah dalam bentuk pertanyaan. Maka dari itu, penulis membuat pertanyaan masalah yaitu :

1. Apakah *Kolaborasi Produk* Aerostreet dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet di Marketplace Shopee Kabupaten Bogor?
2. Apakah *Ulasan Produk* Aerostreet berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepatu Aerostreet di Marketplace Shopee Kabupaten Bogor?
3. Apakah *Live Streaming* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepatu Aerostreet di Marketplace Shopee Kabupaten Bogor?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Kolaborasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet di Marketplace Shopee Kabupaten Bogor
2. Untuk menganalisis pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet di Marketplace Shopee Kabupaten Bogor
3. Untuk menganalisis pengaruh *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet di Marketplace Shopee Kabupaten Bogor

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan membantu memahami preferensi, tren, dan motivasi pembelian pelanggan seberapa berpengaruhnya *Kolaborasi Produk, Ulasan produk, dan live stream* terhadap keputusan pembelian Aerostreet dan menambah wawasan pemahaman tentang perilaku konsumen dalam memengaruhi keputusan pembelian online di Shopee.

2. Bagi Instansi Perusahaan

Penelitian ini dilakukan dengan harapan membantu mengevaluasi seberapa efektif *Kolaborasi Produk, Ulasan produk, dan live stream* Terhadap Keputusan Pembelian Aerostreet dalam meningkatkan penjualan produk Aerostreet di Shopee. Analisis dapat membantu untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, meningkatkan kepuasan pelanggan, dapat memperkuat pemahaman tentang keputusan pembelian, memungkinkan strategi pemasaran yang efektif, dan berpotensi meningkatkan tingkat penjualan dalam industri fashion di platform *e-commerce*.

