

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Penggunaan internet dan media sosial saat ini, telah memengaruhi aktivitas manusia dengan adanya inovasi-inovasi baru seperti menciptakan aplikasi dan sistem yang sangat canggih yang dapat membantu memenuhi kebutuhan manusia. Seiring perkembangan zaman dalam berbisnis, teknologi memberikan peran penting bagi keberlangsungan bisnis (Hudha, 2021). Aplikasi TikTok adalah salah satu media digital marketing yang paling banyak digunakan oleh para pebisnis sebagai platform *online shopping*. Saat ini, aplikasi TikTok telah berkembang menjadi sosial media commerce dengan hadirnya fitur TikTok Shop. Kehadiran tiktok Shop di tiktok membantu memudahkan konsumen untuk tetap berada di satu aplikasi saat memulai sesi belanja sampai mengakhirinya. Seperti halnya dengan apa yang dikemukakan oleh Lembaga riset pasar dan perilaku konsumen (*consumer insight*) Populinya menyatakan bahwa TikTok sebagai media sosial yang paling sering digunakan untuk berbelanja online di Indonesia karena adanya fitur TikTok Shop pada media sosial TikTok.

Live Streaming adalah proses penyiaran video dan audio secara langsung melalui jaringan internet secara real-time. Menurut Ballew, Bellman and Stanton (2013) dalam buku "*Integrated Marketing Communication*", *Live streaming* memungkinkan komunikasi dua arah secara langsung antara penyiar dan audiens, yang membuatnya sangat efektif dalam membangun keterlibatan.

Sementara itu, menurut Sjoblom & Hamaria (2017) dalam jurnal "*Why do people watch others play video games*" *Live streaming* adalah bentuk konten digital yang menyatukan hiburan, interaktivitas, dan komunitas sosial dalam satu platform.

Peran *Live Streaming* dalam komunikasi dan pemasaran. *Live Streaming* juga di gunakan sebagai media komunikasi yang efektif karena menggabungkan unsur visual, audio, dan teks. Dalam konteks pemasaran digital, Kotler dan Keller (2016) dalam "*Marketing management*" menjelaskan bahwa media interaktif seperti *Live*

streaming menjadi alat penting untuk jangkauan konsumen secara langsung, membuang kepercayaan dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Live Streaming di aplikasinya dengan memberikan promo khusus seperti diskon dan penawaran lainnya melalui Live Streaming untuk meluncurkan strategi marketing atau penjualan. Dengan adanya fitur *live streaming*, penjual dapat merekam dan menyiarkan videonya secara *real time* dan memungkinkan adanya interaksi antara *live streamer* dan penonton (Indriyani & Herlina, 2021). Fitur Live Streaming ini sangatlah memudahkan komunikasi antara calon pembeli dan penjual karena konsumen bias mendapatkan produk yang bagus dan berkualitas dari info yang telah didapatkan selama live streaming berlangsung seperti ukuran, kualitas produk, dan detail bahan.

Gratis ongkos kirim dapat memengaruhi putusan pihak konsumen kepada pembelian dari produk. Pertumbuhan pesat platform TikTok menjadikannya sebagai platform digital yang memiliki banyak pengguna, hal ini menunjukkan bahwa terdapat area yang menjanjikan untuk melakukan pemasaran dan promosi produk. Di sisi lain, gratis ongkos kirim telah terbukti menjadi strategi yang menjanjikan untuk menaikkan jumlah penjualan di industri *e-commerce*, namun masih perlu dipahami lagi mengenai cara kerja strategi ini yang memberikan pengaruh perilaku konsumen di tingkat lokal. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi lebih luas untuk pelaku usaha agar dapat merencanakan strategi promosi penjualan yang optimal dan relevan dengan kebutuhan konsumen lokal, serta untuk mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar produk.

Keputusan pembelian konsumen melewati berbagai macam pertimbangan terlebih dulu dari sekian banyaknya alternatif. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan tiap-tiap individu memiliki akhir yang berbeda sesuai tingkah laku yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian atau evaluasi, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Berdasarkan penjelasan diatas, didapatkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *live streaming* terhadap minat pembelian pada aplikasi media sosial TikTok Shop dan untuk mengetahui bagaimana persepsi

pengguna dan manfaat teknologi yang timbul untuk memudahkan para pengguna TikTok itu sendiri.

Injeksi Laptop Kupang adalah salah satu toko komputer dan laptop populer di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur (NTT), Indonesia. Toko ini di kenal sebagai tempat yang menyediakan laptop, aksesoris komputer, servis perangkat, dan berbagai promo teknologi dengan harga kompotitif di wilayah NTT. Berlokasi di Jl. Terusan Timor Raya No. KM 08, Pohon Duri Oesapa, Kupang.

Injeksi Laptop Kupang juga memiliki akun tiktok dengan nama akun tiktoknya Injeksi Laptop Kupang dan jumlah pengikut 61,3 ribu pengikut. Injeksi Laptop Kupang juga sering melakukan *live streaming* tiktok dengan jumlah penonton 1,8k penonton.

Tabel berikut akan menjelaskan data perkembangan penjualan laptop asus pada toko laptop injeksi pada tahun 2023.

Tabel 1.1

Laporan Pembelian Laptop Asus 2023-2024 Pada Toko Injeksi Kupang

No	Bulan	Pembelian 2023	Pembelian 2024
1	Januari	20 Unit Laptop	320 Unit Laptop
2	Februari	30 Unit Laptop	340 Unit Laptop
3	Maret	20 Unit Laptop	450 Unit Laptop
4	April	25 Unit Laptop	347 Unit Laptop
5	Mei	28 Unit Laptop	386 Unit Laptop
6	Juni	23 Unit Laptop	355 Unit Laptop
7	Juli	15 Unit Laptop	343 Unit Laptop
8	Agustus	22 Unit Laptop	1.576 Unit Laptop
9	September	18 Unit Laptop	490 Unit Laptop
10	Oktober	15 Unit Laptop	520 Unit Laptop
11	November	19 Unit Laptop	418 Unit Laptop
12	Desember	27 Unit Laptop	460 Unit Laptop
Jumlah		262 Unit Laptop	6,005 Unit Laptop

Sumber Data : Toko Leptop Injeksi Kupang

Berdasarkan tabel 1.1 laporan pembelian laptop asus tahun 2023-2024 pada Toko Laptop Injeksi Kupang terlihat bahwa pembelian laptop mengalami peningkatan dari tahun 2023 ke tahun 2024. Pada tahun 2023, total pembelian laptop selama 12 bulan adalah 262 unit. Pembelian tertinggi terjadi pada bulan februari sebanyak 30 unit, sedangkan yang terendah terjadi pada bulan juli dan oktober sebanyak 15 unit. Sedangkan pada tahun 2024, jumlah pembelian meningkat sangat signifikan dengan total 6.005 unit laptop. Pembelian tertinggi terjadi pada bulan agustus sebanyak 1.576 unit, sedangkan yang terendah pada bulan januari sebanyak 320 unit. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan pembelian laptop yang cukup besar dari tahun 2023 ke tahun 2024, yang menunjukkan adanya peningkatan permintaan laptop pada Toko laptop Injeksi Kupang.

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh kualitas *live streaming*. Ketika *live streaming* di tiktok dilakukan dengan baik seperti, menampilkan produk secara jelas, menawarkan promo khusus dan berinteraksi langsung dengan audiens, interaksi tersebut dapat menciptakan rasa kepercayaan konsumen. Semakin baik kualitas *live streaming*, semakin besar potensi peningkatan keputusan pembelian.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ibrahim, Astuti, Anindita (2024) berjudul “Pengaruh Live Streaming tiktok dan gratis ongkos kirim terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di kota Samarinda”. Menunjukkan, bahwa pengiriman gratis dan siran langsung di tiktok berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian konsumen secara signifikan dan menguntungkan. Menurut Febriah, Febriyatoro (2023) berjudul “Pengaruh Live vidio Straming Tiktok, potongan harga dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian”. Berdasarkan hasil penelitan di temukan bahwa potongan harga dan gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *live streaming* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu mengenai alat promosi penjualan telah dilakukan dengan hasil yang menyatakan bahwa *live streaming* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi penelitian mengenai voucher gratis ongkir menunjukkan tidak ada pengaruh

terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *live streaming* dan voucher gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada konsumen marketplace TikTok Shop di Depok. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian *asosiatif* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden menggunakan teknik *non probability* sampling dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 3*. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh *live streaming* terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif sebesar 0,210, dan signifikan dengan nilai T statistik $2,329 > 1,96$ dan P value $0,020 < 0,05$. Begitupun pengaruh voucher gratis ongkir terhadap variabel keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif sebesar 0,650, dan signifikan dengan nilai T statistik $7,478 > 1,96$ dan P value $0,00 < 0,05$.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peniliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh *Live Streaming* Tiktok Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Tokoh Injeksi Kupang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “ Apakah Live Streaming Tiktok Berpengaruh Terhadap Gratis Ongkos Kirim Dan Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Toko Laptop Injeksi Kupang “

1.3 Persoalan Penelitian

1. Apakah *Live Streaming* tiktok berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Laptop Asus Toko Laptop Injeksi Kupang?
2. Apakah gratis ongkos kirim berpengaruh terhadap keputusan pembelian Laptop Asus pada Toko Laptop Injeksi Kupang?

1.4 Tujuan dan manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan penelitian, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Live Streaming* tiktok terhadap keputusan pembeli Laptop Asus pada Toko Laptop Injeksi Kupang .
2. Untuk mengetahui pengaruh gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian Laptop Asus pada Toko Laptop Injeksi Kupang

1.4.2 Manfaat Penelitian ini, sebagai berikut.

1) Manfaat akademis

Penelitian di harapkan bisa menjadi bahan referensi untuk pembaca kajian ilmu terutama yang berkaitan dengan aktivitas *Live Streaming* tiktok dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melaksanakan penelitian mengenai bagaimana pengaruh *Live Streaming* terhadap keberhasilan melalui komitmen

2) Manfaat praktis

- a. Bagi pengguna *Live Streaming* tiktok ini di harapkan dapat membantu dalam memberikan wawasan tambahan mengenai pentingnya *Live Streaming* tiktok terhadap keberhasilan di Toko laptop Injeksi Kupang .

- b. Bagi peneliti selanjutnya hasil dari penelitian selanjutnya hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi serta sebagai bahan perbandingan dengan penelitian terlebih dahulu yang serupa sehingga dapat membantu dalam menyelesaikan penelitian.