

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepulauan Riau saat ini menduduki peringkat ketujuh belas kasus penyebaran Covid-19 yang meluas, kota Tanjungpinang menjadi salah satu kota yang berdampak di klaster penyebarannya. Oleh sebab itu, upaya pemerintah pusat untuk mengatasi dan memutuskan penyebaran Covid-19 dengan mengedepankan pedoman sejumlah kegiatan, antara lain bekerja dari rumah atau dikenal dengan WFH (*Working from home*), beribadah di rumah, dan mempraktekkan *social distancing* antara satu orang dengan individu lainnya dengan jarak 1 sampai 2 meter saat kegiatan belajar (Khasanah & Sudarwanto, 2021).

Kemunculan varian virus Covid-19 membuat kesadaran masyarakat semakin meningkat akan pentingnya melindungi diri. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor HK.01/07/MENKES/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 di Tempat Kerja, Perkantoran dan Industri, mewajibkan penggunaan masker di tempat kerja bagi seluruh pegawai di lingkungan perkantoran. Penggunaan masker sebagai Alat Pelindung Diri (APD) menjadi salah satu yang bisa digunakan oleh siapa saja disaat pandemi. Sebelum munculnya virus Covid-19, harga masker sangat terjangkau bagi semua kalangan masyarakat namun saat munculnya virus Covid-19 harga masker menjadi lebih mahal dari harga normal. Oleh sebab itu, kebutuhan masyarakat untuk berbelanja

terkait perlindungan diri semakin meningkat seperti membeli masker, desinfektan, *handsanitizer*, dan vitamin. Selain itu, masker harus diganti setiap 4 jam, bisa dibayangkan berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk mengikuti proses pelayanan kesehatan yang tertib (Fitriani, 2021).

Pemerintah menerapkan *Working From Home* (WFH) selama masa pandemi, menimbulkan dampak *trend* belanja *online* dikalangan masyarakat. Tren ini dilakukan oleh kelompok anak muda karena anak muda merupakan kelompok yang sering menggunakan sarana *online* pada pekerjaan sehari-hari meskipun saat itu belum ada penyebaran virus Covid-19. Secara umum, anak muda secara aktif menggunakan internet, yang memudahkan mereka untuk mencari produk atau layanan secara *online*. Seiring berjalannya waktu, teknologi mempengaruhi tren masyarakat dalam aktivitas belanja *online* di masa pandemi ini, belanja secara *online* merupakan salah satu dari aktivitas yang bisa dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Khasanah & Sudarwanto, 2021).

Terdapat beberapa alasan mengapa orang-orang memilih berbelanja *online*. Alasan yang paling utama karena adanya perubahan paradigma perilaku pembelian konsumen seiring dengan kemajuan dan perkembangan teknologi. Kemudahan yang dirasakan oleh konsumen dalam memanfaatkan teknologi sudah tidak dapat dipungkiri. Konsumen bisa membeli barang atau jasa cukup melalui *smartphone* dan koneksi diinternet kapan saja tanpa berpergian kemanapun, mereka dapat secara langsung melihat harga produk dengan sangat cepat, terkadang mereka mendapatkan harga yang sama bahkan mendapatkan harga yang

lebih rendah dengan membandingkan harga produk yang ada di situs web pada saat waktu yang bersamaan (Widianita, 2020).

Pembayaran yang didukung dengan sistem pembayaran *online banking*, dan beragam metode pembayaran yang bisa dipilih juga menjadi perhatian konsumen karena dianggap sangat praktis. Kesempatan untuk memperoleh banyak promo menarik khususnya potongan harga juga menggugah minat konsumen untuk melakukan pembelian *online*. Konsumen dapat menghindari kemacetan di jalan, ataupun konsumen juga bisa menghindari interaksi dan tatap muka dengan penjual. Kita menyadari bahwa sebagai konsumen di era sekarang tentunya harus mempertimbangkan banyak hal sebelum melakukan pembelian (Syah, N. H., 2021).

Dengan perkembangan Covid-19, banyak pengusaha yang saling bersaing untuk meningkatkan strategi penjualan mereka. Salah satunya adalah perusahaan Sensi yang bergerak dibidang produk kesehatan dengan kualitas dan keunggulan produk yang kompetitif, menuntut Sensi untuk memberikan kualitas produk yang lebih baik dengan banyaknya produsen masker yang bermunculan dan berkembang. Masker Sensi menawarkan beragam pilihan model masker dengan berbagai wana dan harga bervariasi yang diminati masyarakat saat ini seperti Sensi *Duckbill Face Mask*, Sensi *Kids Face Mask Headloop*, Sensi *3-Ply Earloop Surgical Face Mask*, dan lainnya (Syamsuri et al., 2021).

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Jual Masker Mulut Medis Sebelum dan Selama
Pandemi Covid-19

| No | Merek Masker | Harga Penjualan | |
|----|--------------|------------------------------|-------------------------------|
| | | Sebelum Pandemi 2019 | Selama Pandemi 2021 |
| 1 | Masker Sensi | Rp. 20.000 – 30.000 (50 pcs) | Rp. 30.000 – 100.000 (50 pcs) |
| 2 | MaskerN95 | Rp. 40.000 - 50.000 (50 pcs) | Rp. 40.000 – 120.000 (50 pcs) |

Sumber: I PRICE Periode 2021

Masyarakat menilai harga yang ditawarkan Sensi relatif terjangkau sesuai dengan kualitas yang dimiliki masker Sensi. Namun hal ini berubah selama pandemi Covid-19, ketika harga masker sensif melonjak tajam menjadi sangat tidak masuk akal hal tersebut diakibatkan kelangkaan masker Sensi di pasaran. Kelangkaan tersebut terjadi karena meningkatnya permintaan masker Sensi yang digunakan untuk mencegah penyebaran virus Covid-19 selama aktivitas diluar ruangan. Kenaikan harga masker Sensi juga disebabkan oleh beberapa oknum yang menimbun masker untuk dijual kembali dengan harga yang tinggi. Dengan demikian, berdasarkan kenaikan harga yang dianggap tidak wajar tersebut. Opini publik menilai harga masker Sensi yang ditawarkan relatif mahal dan sudah tidak sesuai lagi dengan kualitas atau kegunaan masker Sensi (Qiana & Lego, 2021).

Tabel 1.2
Top Brand Index Indonesia di Bidang Penjualan Masker Tahun 2020-2021

| BRAND | TBI 2020 | TBI 2021 | |
|------------|----------|----------|-----|
| Sensi mask | 35,6% | 46,9% | TOP |
| Indomaret | 18,5% | 17,1% | TOP |
| Nexcare | 15,4% | 13,4% | TOP |

| | | | |
|---------|-------|-------|--|
| Sella | 12,4% | 12,0% | |
| PrimaSK | 11,8% | 8,0% | |

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/>

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa *Top Brand Award* Periode tahun 2020-2021 masker merek Sensi menduduki peringkat pertama disusul oleh merek Indomaret, Nexcare, Sella, dan PrimaSK (Fitriani, 2021). Penjualan masker Sensi ini menunjukkan penjualan yang terjadi pada tahun 2020 adalah sebesar 35,6% dan pada tahun 2021 presentase penjualannya adalah 46,9%, dengan data yang diperoleh dua tahun terakhir ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan yang terjadi pada produk masker Sensi sebesar 11,3%. Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa adanya kenaikan penjualan produk masker Sensi, hal tersebut di karenakan produk masker Sensi mengusung dan mempertahankan kualitas masker yang sudah tidak di ragukan lagi, walaupun harga masker Sensi yang cukup tinggi (Saputra, 2022).

Masyarakat menilai harga yang ditawarkan Sensi relatif terjangkau sesuai dengan kualitas yang dimiliki masker Sensi. Namun hal ini berubah selama pandemi Covid-19, ketika harga masker sensi melonjak tajam menjadi sangat tidak masuk akal hal tersebut diakibatkan kelangkaan masker Sensi di pasaran. Kelangkaan tersebut terjadi karena meningkatnya permintaan masker Sensi yang digunakan untuk mencegah penyebaran virus Covid-19 selama aktivitas diluar ruangan. Kenaikan harga masker Sensi juga disebabkan oleh beberapa oknum yang menimbun masker untuk dijual kembali dengan harga yang tinggi. Dengan demikian, berdasarkan kenaikan harga yang dianggap tidak wajar tersebut. Opini

publik menilai harga masker Sensi yang ditawarkan relatif mahal dan sudah tidak sesuai lagi dengan kualitas atau kegunaan masker Sensi (Qiana & Lego, 2021).

Banyaknya produsen masker yang muncul dan berkembang, menuntut Sensi untuk memberikan kualitas produk yang lebih baik. Kualitas produk masker sangatlah penting terlebih di masa pandemi virus COVID-19 agar dapat menghindari penularan virus dari satu individu ke individu lainnya. Masker Sensi memiliki kualitas yang baik, walaupun masih memiliki kekurangan seperti lapisan masker yang dirasa terlalu tebal dan terkadang menyulitkan pengguna untuk bernafas saat digunakan beraktivitas, terlebih saat digunakan di cuaca yang panas. Masker Sensi memiliki tali yang terasa kurang nyaman di telinga saat digunakan. Ketahanan masker Sensi di luar ruangan dirasa kurang, masker Sensi hanya bertahan beberapa jam saja untuk penggunaan luar ruangan dengan kegiatan yang berat, seperti berolahraga dan kegiatan konstruksi. Sehingga harus membawa masker yang baru untuk mengganti masker Sensi yang sudah tidak layak pakai. Masker Sensi juga harus disimpan dengan baik, karena bahan masker Sensi mudah sekali kusut jika disimpan di saku atau di dalam tas (Qiana & Lego, 2021)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, muncul masalah apakah harga, kepercayaan merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online*. Berdasarkan masalah tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Harga, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Secara *Online* Pada Masa Pandemi Covid-19 di Tanjungpinang”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat di indentifikasikan beberapa permasalahan yang terjadi, diantaranya:

1. Terjadinya perbedaan harga yang sangat signifikan pada masker selama pandemi Covid-19.
2. Harga masker yang tidak mampu bersaing dan tidak sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen selama masa pandemi covid 19.
3. Kurangnya kehandalan merek tersebut dalam menyakinkan pelanggan bahwasannya merek itu mampu memprioritaskan kepentingan pelanggan.
4. Kualitas produk masker Sensi dinilai masih memiliki kekurangan oleh konsumen.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online* pada masyarakat Tanjungpinang di masa pandemi Covid-19?
2. Apakah kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online* pada masyarakat Tanjungpinang di masa pandemi Covid-19?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online* pada masyarakat Tanjungpinang di masa pandemi Covid-19?
4. Apakah harga, kepercayaan merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online* pada masyarakat Tanjungpinang di masa pandemi Covid-19?

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, diperlukan adanya pembatasan masalah dengan tujuan untuk mendalami dan memfokuskan permasalahan yang ingin diteliti, mengingat permasalahan yang ada sangatlah luas. Agar penelitian ini lebih fokus dan tepat sasaran maka Peneliti membatasi hanya pada masalah yang berkaitan dengan harga, kepercayaan merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online* untuk masyarakat Tanjungpinang di masa pandemi Covid-19.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online* pada masyarakat Tanjungpinang di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online* pada masyarakat Tanjungpinang di masa pandemi Covid-19.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online* pada masyarakat Tanjungpinang di masa pandemi Covid-19.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kepercayaan merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian masker Sensi secara *online* pada masyarakat Tanjungpinang di masa pandemi Covid-19.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan terkait untuk penelitian “Analisis Pengaruh Harga, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Secara *Online* Pada Masa Pandemi Covid-19 di Tanjungpinang”.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan manfaat bagi pembangunan ilmu pengetahuan dan penelitian dengan teori-teori terkait dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Universitas Fakultas dan Prodi

Agar dapat dijadikan acuan bagi mahasiswa UMRAH dalam mengembangkan ilmu dan juga dapat digunakan untuk melengkapi sumber referensi yang ada di perpustakaan

b) Bagi Peneliti Selanjutnya dan Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan data yang dapat digunakan oleh para pihak-pihak yang terkait serta untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya mempercayai merek.

1.7 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini, maka penulis akan memaparkan sistematika penulisan laporan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Pada bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan proposal serta beberapa literatur, *review* yang berhubungan dengan penelitian serta mencantumkan kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan objek dan ruang lingkup penelitian operasionalisasi variabel penelitian, metode pengumpulan data,

teknik penelitian populasi dan sampel serta metode analisis yang digunakan oleh peneliti.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi ini analisis/observasi serta hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, serta saran dari hasil penelitian.

