

BAB I

PENDAHULUAN

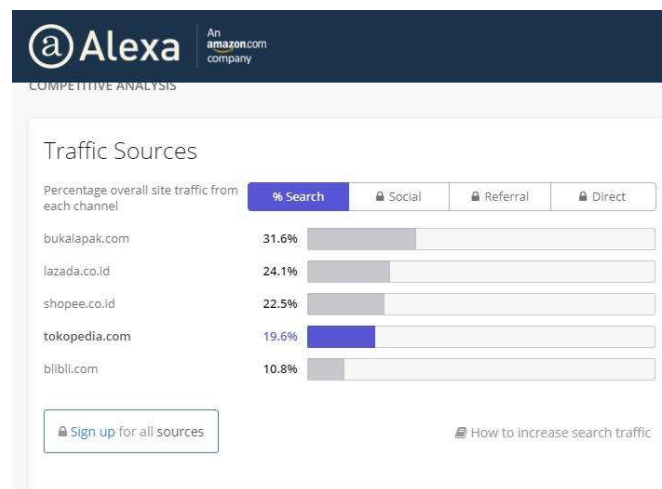
1.1 Latar Belakang Masalah

Di era zaman yang semakin canggih dan semakin maju, dalam kehidupan kita sehari-hari tidak bisa lepas dengan yang namanya internet. Internet adalah media atau sistem informasi yang saling berhubungan dan terkoneksi secara global sehingga memberikan penggunanya lebih leluasa untuk memberi informasi dan menerima informasi secara bebas. Internet dapat membuat pekerjaan kita semakin cepat terselesaikan dalam waktu dekat. Melalui internet juga kita dapat memperoleh informasi-informasi dengan cepat meski belum dicetak sekalipun. Sudah banyak yang menggunakan internet sekarang ini yang mulai berkembang dan menunjukkan bahwa hampir seluruh masyarakat Indonesia sudah mulai menerima perkembangan teknologi terlebih dalam lingkup bisnis.

Tingginya pertumbuhan berbelanja melalui internet saat ini dikarenakan bisnis di internet tidak memerlukan modal yang banyak untuk memulainya dan mudah untuk mengembangkannya. Yang mana salah satunya adalah melalui sosial media. Sosial media adalah salah satu bagian dari media massa dengan versi modern yang diakses melalui internet dan dapat disebut juga dengan media *online*. Sosial media membuat para penggunanya untuk dapat berkomunikasi dengan sesama pengguna, sehingga sosial media dapat memberikan sebuah promosi yang dipasarkan dan juga

membantu perusahaan atau organisasi untuk mengirimkan pesan dengan santai dan mudah di mengerti.

Melihat kesempatan dan pangsa pasar yang ada, para pembisnis mulai mencari cara untuk menggunakan media internet didalam kehidupan sehari-hari tetapi tetap dapat menguntungkan si penggunanya. Salah satunya yaitu Bisnis *Online* atau *Online Shop* melalui internet, dimana si pengguna dapat melakukan pembelian secara online disela kesibukan mereka tanpa harus datang ke tokonya. Perkembangan *Online Shop* sudah berkembang di Indonesia dan sudah menjamur. Banyak kemudahan di dalam berbelanja yang ditawarkan seperti berbagai macam jenis produk dan jasa, sehingga membuat *Online Shop* sebagai tepat pembelian yang diminati masyarakat saat ini selain pusat perbelanjaan.

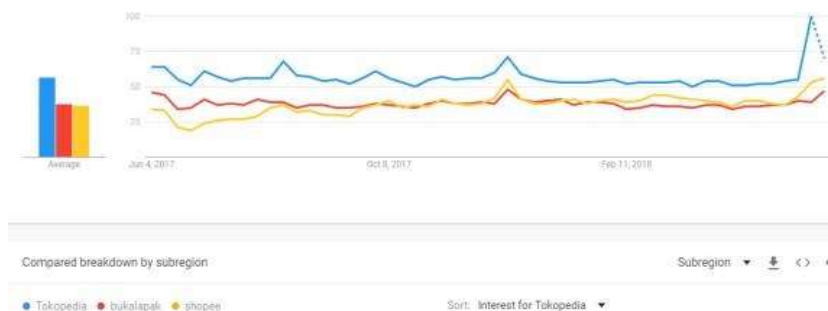


Gambar 1.1 Situs *e-Commerce* yang Paling Sering Dikunjungi

Sumber : An amazon.com, (12 Des 2019)

Salah satu situs online shop yang diminati banyak orang adalah Tokopedia. Yang mana dalam aplikasi ini merupakan situs berbelanja online yang menyediakan berbagai macam produk-produk penjualan, mulai dari *fashion*, kecantikan, aksesoris, pakaian, produk ibu dan anak dan macam-macam perlengkapan hingga elektronik.

Selain dari itu, Tokopedia juga mempunyai beberapa keuntungan diantaranya keuntungan bagi si penjual dan keuntungan bagi si pembeli untuk dapat memuaskan pelanggan. Keuntungan untuk si penjualan antara lain yaitu; 1). Gratis membuka toko untuk berjualan, 2). Banyaknya pilihan pengiriman barang (kurir), 3). Transfer saldo ke rekening penjual sangat cepat, dan sebagainya. Sedangkan keuntungan bagi si pembeli yaitu; 1). Adanya promo gratis ongkir, 2). Bisa untuk membeli tiket kereta, pulsa, paket data, hingga token listrik, 3). Bisa retur barang dengan gratis jika barang yang dibeli tidak sesuai.



Gambar 1.2 Perbandingan Tiga *Marketplace* Terbesar Di Indonesia

Sumber : Safarudin, (2018: 110)



Gambar 1.3 Jumlah Pemakai Tokopedia Di Indonesia

Sumber : Tokopedia.com, (12 Des 2019)

Dalam hal ini pula, banyak penjual *Online Shop* yang berlomba-lomba untuk memasarkan dan mempromosikan produknya dengan semenarik mungkin untuk menarik minat konsumen. Mereka menghalalkan berbagai macam cara untuk mendapat perhatian dari konsumen, mulai dari foto produk dengan *angel* yang menarik, memberikan *give away*, diskon atau promo, bahkan melakukan *endorsment* kepada selebgram hingga aktor dan aktris. Adapun produk yang biasa ditawarkan dalam *Online Shop* biasanya dalam bidang fashion yang banyak menargetkan remaja sebagai konsumen utamanya. Kemudahan dan kelebihan dari online shop yang ada sekarang menyebabkan bisnis ini menjadi tren yang luar biasa dan sangat diminati. Bahkan perusahaan-perusahaan yang besar pada akhirnya menggunakan sistem *online shop* untuk membangun citra perusahaannya dalam menjangkau konsumennya.

Tidak lepas dari situ, informasi yang didapat melalui *online shop* harus mampu menarik pelanggan untuk berbelanja. Adapun informasi yang dimuat di dalamnya haruslah menarik, jelas, akurat, dan harus sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, agar dapat memuaskan pelanggan. Karena pelanggan membutuhkan informasi yang

jelas dan akurat untuk produk yang akan dibeli. Dan ada pepatah mengatakan pembeli adalah raja, meskipun tidak bertatap secara langsung, pelanggan tetaplah nomor satu. Semakin berkualitas informasi yang diperoleh maka semakin tinggi tingkat keputusan konsumen dalam berbelanja dan dapat mempengaruhi loyalitas suatu konsumen. Dan kepercayaan dari konsumen merupakan salah satu kunci untuk memulai bisnis *Online Shop*. Maka dari itu harus dibangun rasa saling percaya antara penjual dan pembeli sejak berdirinya bisnis tersebut.

Tabel 1.1 Presentase Keluhanan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce

No	Keluhan Layanan	Presentase Tokopedia
1.	Update status pemesanan lama	26,92%
2.	Tracking bermasalah	7,69%
3.	System pembayaran atau top-up bermasalah	34,61%
4.	Quality control pelapak buruk	-
5.	Produk cacat atau palsu	3,85%
6.	Refound atau return bermasalah	3,85%
7.	Penipuan	3,85%
8.	Pengiriman barang bermasalah	3,85%
9.	System atau server eror	7,69%
10.	CS slow respond	-
11.	Fitur shake mengganggu	7,69%

Sumber: Pulakiang et al.,(2019: 29)

Keinginan masyarakat Indonesia saat ini dalam hal berbelanja melalui *Online Shop*, membuat berkurangnya tingkat rasa kewaspadaan dalam melakukan transaksi jual-beli. Dilihat dengan banyaknya kasus penipuan dengan berbagai modus *Online Shop*. Yang banyak disebabkan karena pembeli dan penjual tidak melakukan tatap

muka secara langsung. Adapun beberapa modus penipuan yang sering terjadi antara lain seperti penjual yang hilang kontak, setelah mendapat transferan uang dari pelanggan, barang yang tidak sesuai dengan yang ada di aplikasi *Online Shop* tersebut, dan mutu dari barang tersebut tidak terjamin yang di karenakan pelanggan tidak dapat melihat langsung barang yang akan di beli dan sebagainya. Terlepas dalam modus penipuan, dalam berbelanja melalui online shop juga terdapat kurangnya dalam hal pelayanan terhadap pelanggan yang membuat pelanggan tersebut hilang rasa untuk berbelanja di toko tersebut, sehingga mengakibatkan loyalitas pelanggan akan berkurang.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Tokopedia Di Batam”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Banyak keluhan konsumen karena kurang puas akan barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang di pesan.
2. Kurangnya pelayanan dalam merespon permintaan konsumen.

3. Kualitas atau mutu barang yang dikirim kepada konsumen tidak terjamin, dikarenakan konsumen tidak bisa melihat atau menyentuh barang secara langsung.
4. Kurangnya dalam hal pelayanan, sehingga mengakibatkan loyalitas pelanggan berkurang.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang ada, sehingga dapat diketahui banyaknya persoalan yang harus dipecahkan maka perlu adanya pembatasan masalah. Maka peneliti memfokuskan pada kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah ini adalah untuk mengetahui:

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam.
2. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam.
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam.
4. Apakah kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam.
2. Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam.
4. Pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian kiranya dapat menambah wawasan serta ilmu dan pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk melakukan penelitian dengan objek yang sama.
2. Dapat menambah ilmu dan pengetahuan terhadap bagaimana memulai bisnis baru bagi pemula, dan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

3. Penelitian ini berguna sebagai ilmu tambahan tentang pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam.

1.6.2 Manfaat Praktis

Supaya pemilik toko *online* lebih mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam, dan membentuk strategi yang akan hendak diambil guna meningkatkan pembelian konsumen.