

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, gaya hidup masyarakat semakin serba instan dikarenakan lebih banyak didominasi warga yang mempunyai aktifitas padat pada aktivitas sehari-harinya. sehingga masyarakat seringkali mencari sesuatu yang mudah serta serba instan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat dimana warga sangat terbuka menggunakan teknologi yg semakin berkembang. keliru satunya mirip pola hidup baru masyarakat yang lebih dikenal menggunakan belanja online, dimana masyarakat bisa melakukan pembelian hanya dengan mengakses internet.

Perkembangan ini dikarenakan dengan adanya internet yang bisa dijadikan menjadi sebuah sistem pendukung serta pada aplikasikan ke semua bidang mirip bidang social, budaya dan bahkan bidang bisnis. Setiap perusahaan memperlihatkan keunggulan pada konsumen supaya bisa terus bertahan. Semakin menarik, praktis, serta menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen, maka keuntungan bagi perusahaan akan semakin besar. oleh sebab itu, sistem penjualan suatu perusahaan adalah hal yang penting buat diperhatikan perusahaan sebab sistem penjualan perusahaan tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi yang bermunculan pada media elektronik yang digunakan untuk kegiatan usaha, yang kemudian dikenal sebagai *Electronic Commerce* atau *e-commerce*. usaha *e-commerce* di Indonesia sudah mengganti beberapa sikap

konsumen, salah satunya adalah kebiasaan berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko yang kini mulai beralih menggunakan media *online*.

*E-commerce* merupakan penyelenggaraan bisnis perusahaan menggambarkan elektronik bisnis dengan penggunaan alat dan kerangka dasar elektronik. Penjualan menggunakan elektronik atau internet berarti perusahaan yang menggunakan situs untuk menawarkan, berinteraksi ataupun memfasilitasi penjualan produk atau *service* secara *online*. *Online shop* yaitu penjualan yang dilaksanakan menggunakan internet dan tidak ada pertemuan dari penjual maupun pembeli. metode dalam memasarkan produk yang dijual yaitu dengan menggunakan gambar ataupun video ke sebuah internet, jejaring sosial media ataupun aplikasi penjualan. Memanfaatkan *e-commerce* dengan mendirikan toko online untuk mengembangkan bisnis merupakan sebuah peluang yang menguntungkan bagi pelaku usaha tentunya didasari dengan strategi pemasaran atau *advertising* yang baik karena akan berdampak positif dan memberi keuntungan bagi pelaku bisnis mikro atau makro di Indonesia. Saat ini bisa kita lihat banyak bermunculan layanan-layanan jasa yang berbasis *online* yang bisa dijangkau langsung oleh konsumen, mempermudah segala aktifitas dan kehidupan sehari-hari. Dari beberapa layanan jasa online tersebut ada suatu ide dalam jasa *online* yakni jasa berbelanja *online*, kehadiran jasa berbelanja berbasis *online* yang menggunakan internet sebagai media sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas dan kelangsungan hidup, dengan adanya jasa berbelanja *online* sangat membantu untuk mempersingkat waktu agar lebih efisien.

Sekarang telah muncul ide baru dari pengusaha dan perusahaan yaitu jasa berbelanja yang berbasis *online* dengan menggunakan media internet yang menawarkan berbagai kemudahan dan kenyamanan bagi para konsumen.

*E-commerce* menjadi salah satu alternatif bisnis di era modern yang sejalan dengan kondisi pasar yang semakin dinamis dan persaingan yang kompetitif, mengakibatkan perubahan pada perilaku konsumen. Di Indonesia, belanja secara online telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Kualitas produk dan kualitas layanan dalam konteks semakin dikenal sebagai cara yang efektif untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan yang kompetitif.

**Tabel 1.1** Pengguna dan Tingkat Penetrasi *E-Commerce* di Indonesia 2017-2021

Tahun	Jumlah pengguna
2017	139.000.000
2018	154.100.000
2019	168.300.000
2020	181.500.000
2021	193.200.000

**Sumber :** databoks, 2021

berdasarkan dari tabel 1.1 diatas, terlihat jumlah pengunjung yang naik setiap tahunnya. Pertumbuhan pesat bisnis e-commerce ini disebabkan kebiasaan para konsumen yang mulai bergantung di situs-situs e-commerce buat membeli berbagai macam produk, terutama yang susah mereka temukan pada toko-toko fisik. dan , sebab meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahun. usaha e-commerce memberikan berbagai kelebihan yang ditawarkan. berasal sisi konsumen, tentu saja belanja secara online lebih simpel dari pada belanja secara konvensional di toko retail. Konsumen

bisa cepat memperoleh isu tentang produk yang dibutuhkannya dan bisa melakukan transaksi pembelian dimana saja dan kapan saja, baik dari rumah, tempat kerja, warnet, atau tempat lainnya secara online. Hanya memakai gadget-nya, konsumen bisa menentukan barang, melakukan transfer pembayaran, dan menunggu barang tiba. berasal sisi pelaku usaha, e-commerce tidak hanya membuka pasar baru bagi produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi pula mempermudah cara UMKM melakukan bisnis. E-commerce pula menghasilkan operasional perusahaan menjadi lebih efisien. Pelaku perjuangan tidak perlu kantor serta toko fisik. Pelaku usaha mampu memasarkan produknya dari tempat tinggal atau dari mana saja. E-commerce pula sangat efisien dari sudut waktu. Pencarian berita produk serta transaksi dapat dilakukan lebih cepat serta akurat.

salah satu faktor yang bisa mempengaruhi ialah kualitas produk. Kualitas suatu produk merupakan variabel yang harus diperhitungkan. Sebuah perusahaan akan memprioritaskan kualitas produk karena pelanggan akan lebih percaya pada merek dan bersedia membayar lebih untuk itu jika mereka percaya bahwa barang yang mereka beli memiliki kualitas yang sangat baik. Keberhasilan e-commerce tergantung pada kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang berkualitas tinggi dan konsisten dengan informasi yang diberikan dalam deskripsi produk. Namun, jika penjual di e-niaga menghasilkan produk berkualitas buruk yang tidak sesuai dengan deskripsi, pembeli kemungkinan besar akan memberikan peringkat rendah untuk penjual dan tidak cukup puas untuk tidak pernah menggunakan situs itu lagi. Berdasarkan (Asti & Ayuningtyas, 2020: 6),

Faktor harga juga merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen saat membeli sesuatu. Konsumen mempertimbangkan dengan serius harga barang sebelum melakukan pembelian. Pelanggan ingin membayar harga yang wajar untuk produk yang secara wajar mencerminkan nilainya bagi mereka. Harga perusahaan perlu berevolusi dengan pasar dan faktor eksternal lainnya. Sebelum melakukan pembelian, pelanggan mengevaluasi apakah mereka percaya harga produk itu adil atau tidak dalam kaitannya dengan nilai yang akan mereka dapatkan. Jika pelanggan memiliki dana yang tersedia, mereka akan meneliti tempat terbaik untuk mengambil barang dagangan. Sebagian besar pembeli menuntut biaya rendah tanpa mengorbankan kualitas produk. Sementara biaya produksi dan persyaratan produsen merupakan faktor utama dalam menetapkan harga, bisnis juga perlu memikirkan bagaimana barang mereka dibandingkan dengan pesaing dalam hal nilai, kualitas, manfaat, dan harga. Banyak pelanggan akan tertarik untuk melakukan pembelian karena nilai jual yang unik ini. Marisyah dan Syarif (2020: 135)

Selanjutnya, kepuasan pelanggan merupakan aspek utama dalam mengevaluasi kualitas dan harga produk produsen atau bisnis, di mana pelanggan mengevaluasi kinerja dan biaya produk berdasarkan bagaimana mereka benar-benar dialami oleh pelanggan tersebut. Pada fase terakhir, penetapan harga merupakan faktor yang paling penting karena pada akhirnya menentukan apakah pelanggan akan tertarik dan puas dengan pembelian suatu produk atau tidak. Diragukan bahwa produk kami akan diterima dengan baik oleh pelanggan jika mereka percaya bahwa kualitas produk tidak membenarkan biaya. Jika kita menetapkan harga yang terlalu tinggi atau di luar

jangkauan sebagian besar pelanggan, barang kita akan kehilangan tempat di pasar. Yaitu: (Basalamah, 2022:27, 28) Shopee adalah pusat perdagangan elektronik yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena). Shopee didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di Negara Brasil dan menjadikan Shopee pertama di Amerika Selatan dan luar Asia. Shopee dipimpin oleh Crish Feng. Chris Feng adalah salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah mengepalai Zalora dan Lazada.

Kehadiran Shopee di Indonesia tidak lepas dari berbagai promosi yang dilakukan oleh Shopee. Shopee melakukan strategi promosi agar konsumen Shopee mendapatkan berbagai macam diskon menarik yang disediakan oleh Shopee dalam 1 hari saja. Shopee juga melakukan banyak promosi yang menguntungkan bagi konsumen Shopee yaitu diantaranya Goyang Shopee, Kuis Shopee, dan *Flash Sale*. Shopee juga memilih artis asal Korea Selatan sebagai brand ambassador mereka untuk menarik konsumen milenial sebagai salah satu strategi promosi. Shopee juga menerapkan “Garansi Harga Termurah” yang mana strategi ini sangat jitu untuk menarik banyak konsumen. E-commerce shopee harus mampu memberika harga dan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen, oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk memahami harapan konsumen serta memberikan harga dan kualitas produk yang sesuai dan memuaskan bagi konsumen.

Karena kualitas produk sangat penting bagi pembeli online, masuk akal jika pelanggan yang senang melakukan pembelian ulang.

**Tabel 1.2** Keluhan konsumen terhadap kualitas produk yang tidak sesuai

<b>Keluhan konsumen</b>	<b>Penilaian</b>
Ukuran yang tidak sesuai pesanan	3/5
Pengiriman tidak lengkap	1/5
Produk tidak sesuai dengan gambar	1/5

**Sumber** : Shopee.co.id

Berdasarkan dari tabel 1.2 diatas, terlihat kualitas produk yang Shopee berikan masih kurang baik dan kurang memuaskan konsumen. Seperti dari penilaian yang diberikan konsumen dari 5 point yang disediakan untuk menilai, konsumen hanya memberikan 3 point dan 1 point. Pelanggan masih percaya bahwa sebagian besar penawaran Shopee tidak seperti yang dinyatakan, terlalu mahal, atau kehilangan komponen utama saat mereka mendapatkannya. Lebih banyak orang akan menggunakan platform belanja dan penjualan Shopee jika barang-barang di sana berkualitas lebih tinggi.. Itulah mengapa sangat penting bagi bisnis untuk fokus pada kualitas produk dari setiap sudut, termasuk bauran produk dan kualitas distribusi, untuk memastikan bahwa pelanggan mereka senang dan mereka terus membeli dari mereka. Karena ketersediaan barang dengan harga rendah dapat meningkatkan kepuasan secara keseluruhan, harga merupakan faktor penting dalam mengukur seberapa puas basis konsumen tertentu. Dalam pemasaran, penetapan harga sangat penting pada kenyataannya, ini lebih penting daripada kualitas dalam banyak kasus, hanya karena begitu banyak konsumen menempatkan nilai yang lebih tinggi pada penghematan

biaya. Ini adalah pengamatan umum di banyak bidang, dan ini terutama benar di dunia bisnis. Klien lebih cenderung puas dengan bisnis yang menawarkan biaya rendah. (Mahira et al., 2021 : 8 )

Dalam menyampaikan pelayanan prima, sistem yang andal, serta isu yang penting artinya pendekatan usaha online bisa membangun kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sebagai prioritas yang wajib disikapi dengan baik oleh setiap pelaku usaha online. Kualitas layanan yang disediakan menurun berbanding terbalik dengan sejauh mana layanan tersebut tidak memenuhi harapan pelanggan. Namun, banyak pelanggan Shopee yang masih belum puas dengan pembeliannya (Covid et al., 2022: 2). Pelanggan mungkin kesal karena Shopee baru saja memperbarui sistem yang memungkinkan mereka memilih opsi pengiriman berdasarkan jenis layanan yang disediakan. Oleh karena itu, Shopee harus dapat menularkan kepuasan kepada pelanggan dengan mengambil langkah-langkah yang dapat membuat pelanggan merasa nyaman, aman, dan percaya diri saat berbelanja di platform e-commerce Shopee. (Mariansyah & Syarif, 2020 : 136)

**Tabel 1.3** Rating toko online di Indonesia 2021

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking Playstore	Twitter	Instagram	Facebook
Tokopedia	147,790,000	#2	#4	853,000	3,828,300	6,525,650
Shopee	126,996,700	#1	#1	603,800	7,757,940	21,855,970
Blibli	18,440,000	#8	#7	529,600	1,622,480	8,598,260
Lazada	27,670,000	#3	#2	430,000	2,975,370	31,364,410
Bukalapak	29,460,000	#6	#5	215,600	1,661,140	2,518,990

**Sumber** : iprice, 2021

Berdasarkan dari tabel 1.3 diatas, terlihat terjadinya penurunan jumlah pengunjung pada e-commerce Shopee. Hal ini dikarenakan Shopee memperbarui sistem yang memungkinkan konsumen memilih jasa kirim berdasarkan tipe layanan yang tersedia. Shopee memiliki peringkat yang lebih buruk di berbagai platform media sosial daripada para pesaingnya karena teknologi ini, yang secara otomatis memilih penyedia pengiriman yang optimal berdasarkan pilihan waktu yang diproyeksikan dan kapasitas pengiriman pilihan pengguna.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan fokus tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Di Kota Batam”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut, terdapat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk Shopee masih kurang baik dan kurang memuaskan karena produk yang di tawarkan masih banyak yang tidak sesuai dengan deskripsi produk.
2. Harga jual produk yang dipasarkan di Shopee masih ada yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.
3. Banyak konsumen merasa tidak puas dengan aplikasi *online shop* Shopee.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dikarenakan waktu, biaya dan kemampuan peneliti yang terbatas untuk penelitian ini, maka dibuatlah batasan masalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian pada penelitian ini yaitu konsumen Shopee di kota Batam
2. Variabel independent terdiri dari kualitas produk (X1) dan Harga (X2)
3. Variable dependent yaitu kepuasan konsumen (Y)

### **1.4 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee ?
3. Apakah kualitas produk dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Shopee ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee
2. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Shopee

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Tujuan peneliti dalam menulis tesis ini adalah untuk menjadi sumber bagi peneliti selanjutnya yang tertarik pada topik yang sama atau tertarik untuk mengeksplorasi topik dan faktor yang serupa.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi Masyarakat**

Peneliti berharap masyarakat dapat mengambil manfaat dari temuan penelitian ini dengan mendapatkan bimbingan dan informasi yang bermanfaat dan mencerahkan dalam melakukan pembelian secara online.

#### **2. Bagi Universitas Putera Batam**

memberikan masukan bagi individu yang akan melakukan penelitian serta sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang ingin melanjutkan penelitian lebih lanjut, khususnya yang sejenis dengan penelitian ini.

#### **3. Bagi Perusahaan**

Perusahaan dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai bukti untuk kualitas produk dan perubahan harga yang akan meningkatkan kepuasan konsumen.