

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan yang pesat pada zaman ini membuat masyarakat menginginkan segala sesuatu yang serba instan, hal tersebut dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Dengan begitu banyak masyarakat seringkali mencari alternatif yang singkat untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan zaman ini juga memunculkan perkembangan teknologi yang semakin maju sangat pesat. Perkembangan teknologi juga mempengaruhi pola hidup masyarakat dimana mereka lebih mudah untuk mendapatkan informasi dan menjalin komunikasi dengan orang lain. Internet menjadi salah satu contoh perkembangan teknologi yang mendorong kemajuan system yang pesat. Internet juga menjadi salah satu contoh perkembangan teknologi yang mempengaruhi kemajuan system informasi. Indonesia pertama kali mengenal Internet pada tahun 1990. Adanya teknologi seperti ini membuat mata dunia terbuka, interaksi social dan sebuah jaringan pemasaran yang tidak terbatas contohnya adalah marketplace.

Munculnya internet juga menjadi salah satu infrastruktur dan jaringan yang telah digunakan sebagai efisiensi dan efektifitas pada masyarakat. Pada umumnya juga internet bias digunakan untuk menghubungkan jaringan computer di seluruh dunia dengan berbagai media komunikasi. Kegunaan internet di dunia bisnis juga dapat menhemat waktu dan biaya untuk mendapatkan dan memberikan informasi juga dapat digunakan sebagai media promosi dan sarana research atau penukaran data.

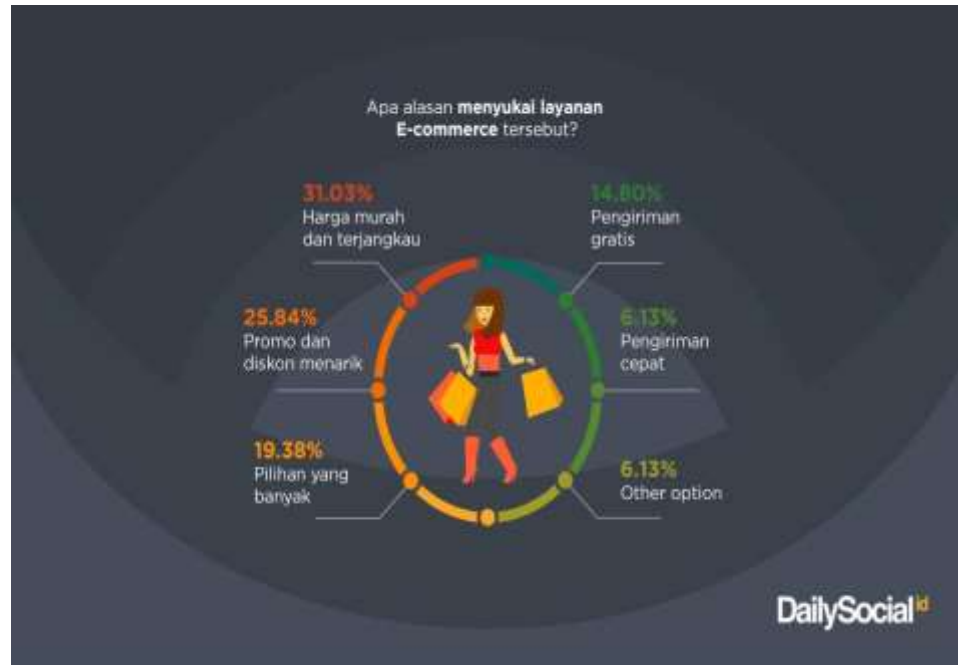
Dunia bisnis juga semakin berkembang dengan munculnya sebuah mega proyek *e-commerce* yang kegunaannya sangat membantu masyarakat dalam mencari kebutuhan secara online. Selain untuk memenuhi kebutuhannya, masyarakat juga dapat menawarkan suatu produk atau jasa yang dapat ditawarkan melalui *e-commerce*. Zaman dahulu masyarakat bertransaksi dapat dilakukan dengan bertatap muka

antar penjual dan pembeli untuk bertransaksi. Kini ada cara yang lebih praktis dengan menggunakan media digital yang prosesnya lebih mudah dan fleksible. Kegiatan tersebut semakin diminati setelah hadirnya *e-commerce* di Indonesia. Konsumen dapat mencari produk yang diinginkan kemudian melihat katalog dan memutuskan membelinya atau tidak. Jika memutuskan membeli maka yang terakhir dilakukan konsumen adalah membayarnya dan memilih jasa kirim yang diinginkan.

Pada saat yang sama, pertumbuhan yang pesat dari *marketplace* telah mendorong persaingan yang hebat, dimana diantara penjualan E-Commerce banyak yang melihat pengalaman pelanggan sebagai pertimbangan yang penting. E-Commerce juga menjadi alternative bisnis era modern yang sejalan dengan kondisi pasar yang dinamis dan persaingan yang kompetitif.

Salah satu perusahaan jual beli *Online* yang sedang trend dan terbesar di Indonesia adalah Shopee. Perusahaan Shopee ini juga merupakan *e-commerce* yang menawarkan berbagai macam barang seperti pakaian wanita dan pria, alat olahraga, peralatan rumah tangga dan berbagai makanan. Shopee juga menjadi platform *e-commerce* dengan pengunjung paling banyak kedua dari masa ke masa pada kuartil II tahun 2021. Bukan menjadi rahasia umum bahwa transformasi era digital 4.0 menjadi sebuah ajang tersendiri bagi para *e-commerce* untuk menunjukkan ajang kualitas terbaik mereka. Persaingan ketat antar *e-commerce* membuat Shopee banyak meningkatkan sebagian kualitas produk dan pelayanan.

Shopee selalu memberikan layanan yang baik kepada konsumen dengan penawaran menarik, seperti potongan harga, *cashback*, gratis ongkir dan event lainnya. Shopee juga memberikan kemudahan layanan khusus COD (*Cash On Delivery*). Ulasan dari pelanggan terhadap Shopee sebagian merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan dan juga merasa tidak puas dan kecewa. Ketidakpuasan yang seringkali menjadi sorotan pengguna mulai dari pelayanan dalam pengaduan kualitas barang tidak sesuai, harga murah tetapi produk yang dikirimkan tidak sesuai deskripsi, pengiriman barang yang lama dan prosese pengembalian dana jika produk tidak sesuai sangat berbelit-belit.

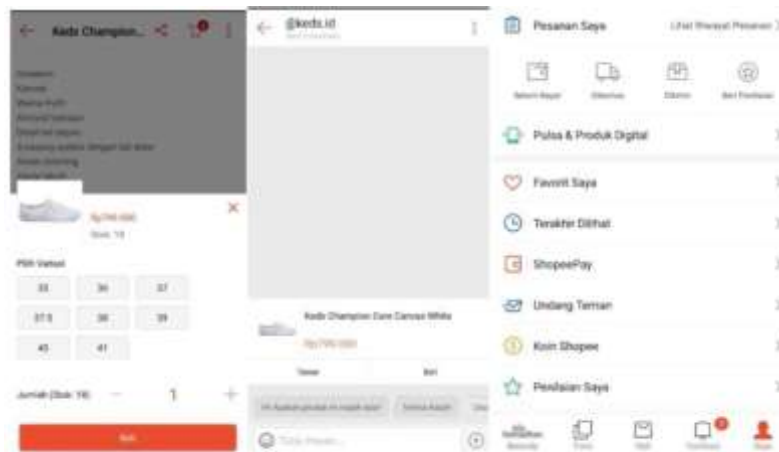


Sumber : dailysocial.id

Gambar 1. Alasan menyukai Shopee

Dari gambar 1. menyatakan survey yang dilakukan Daily.social.id menyatakan yang pertama adalah harga yang murah dan terjangkau dengan 31,03%. Kemudian promo dan diskon yang menarik dalam layanan *e-commerce* mendapatkan presentase 25,84%. Posisi ketiga dengan presentase 19,38% adalah pilihan yang banyak dan gratis ongkir menempati posisi keempat dengan presentase sebanyak 14,80%. Pengiriman yang cepat dan lain-lain memiliki presentase 6,13%. Hal ini cukup jelas jika belanja online memiliki banyak keuntungan.

Dengan semakin kompetitifnya persaingan perusahaan *e-commerce* di Indonesia, setiap perusahaan harus melakukan banyak upaya. Salah satu upaya yang bias dilakukan oleh perusahaan untuk mengatasi ketatnya persaingan antara perusahaan satu dengan yang lainnya adalah perusahaan harus memiliki karakteristik konsumen. Selain itu, perusahaan harus memahami bagaimana minat beli ulang pelanggan dalam memutuskan pembelian yang akan berujung pada kepuasan konsumen. (Harfiana, 2018). Karena semakin banyak pesaing maka perusahaan harus lebih unggul dari perusahaan lain.



Sumber : Shopee.co.id

Gambar 2. Fasilitas Pelayanan Shopee

Selain keakuratan harga ada juga kualitas pelayanan yang disediakan Shopee. Dari gambar 2. menyatakan pelayanan yang baik dapat membantu pelanggan untuk memahami informasi yang tersedia. Shopee menyediakan layanan fitur chat, agar pelanggan dapat bertanya langsung dengan penjual. Bahkan pelanggan dapat mengetahui sisa produk yang tersedia. Selain itu, pelanggan juga dapat memantau produk yang dipesan mulai dari pengemasan hingga pengiriman. Jika produk tidak sesuai dengan pelanggan, pelanggan dapat melakukan keluhan kepada perusahaan. Hal ini menjadi faktor yang sangat penting karena dapat mempengaruhi pembelian ulang produk. Jika pelanggan mengalami tidak puas terhadap layanan maka pelanggan tidak akan melakukan pembelian ulang.

Untuk meningkatkan kepuasan kepada pelanggan dalam pembelian ulang perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas harga produk agar mendukung kemudahan pelanggan untuk melakukan pembelian. Mulai dari jenis chat ke penjual, keakuratan harga bersaing, ukuran produk, dan lain-lain yang membuat pelanggan paham dengan kualitas nya. Selain itu keakuratan harga juga mempengaruhi minat beli ulang. Akan tetapi jika harga bersaing antar *marketplace* lain ada kemungkinan pelanggan tidak melakukan pembelian ulang.

Adapun peneliti juga melakukan penelitian dengan membuat mini prasarvei mengenai kualitas pelayanan yang diberikan situs aplikasi Shopee. Mini prasarvey dilakukan kepada 20 responden warga perumahan Springhill, Kemiling kota Bandar Lampung. Berdasarkan penyebaran kuisioner tersebut diperoleh data mengenai kualitas layanan pada table 1berikut :

Tabel 1
Data Empiris Layanan Shopee

No	Pertanyaan	tanggapan		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1.	Apakah memberikan jaminan kualitas pelayanan ?	9	11	20
2.	Apakah Shopee memberikan penjelasan yang baik,sopan dan dapat dimengerti ?	6	14	20
3.	Apakah Shopee memberikan respon chat pengaduan dengan baik ?	7	13	20
4.	Apakah Shopee memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran ?	8	12	20

Sumber : Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.Warga Springhill merasa bahwa kualitas pelayanan Shopee masih kurang baik dan kurang maksimal gan harus ditingkatkan guna menjadikan kenyamanan bagi pengguna.Mengingat persaingan yang ketat antar

market place, saat ini perusahaan *e-commerce* berlomba-lomba meningkatkan kualitas pelayanan.

Tabel 2
Data Empiris Kualitas Produk Shopee

No	Pertanyaan	tanggapan		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1.	Apakah Shopee selalu memberikan Kualitas Produk yang terbaik?	9	11	20
2.	Apakah Shopee memberikan penjelasan Kualitas produk dengan lengkap?	5	15	20
3.	Apakah Shopee menjamin ketahanan kualitas produk ?	4	16	20
4.	Apakah Shopee memberikan produk yang dapat diandalkan ?	7	13	20

Sumber : Data diolah (2022)

Dari mini prasurvei tersebut bias dikatakan bahwa Kualitas Produk pada aplikasi Shopee masih kurang baik dan kurang memuaskan pada warga Springhill, Kota Bandar Lampung. Masih banyak yang kurang memahami bagaimana penjelasan Kualitas Produk pada aplikasi Shopee karena banyak fitur yang kurang dimengerti.

Peneliti juga melakukan penelitian dengan mini survey mengenai Kualitas Produk oleh situs aplikasi Shopee. Mini survey dilakukan kepada 20 responden Warga Springhill Kota Bandar Lampung. Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut diperoleh data

mengenai minat beli ulang pada pengguna aplikasi Shopee table berikut :

Tabel 3
Data Empiris Minat Beli Ulang Shopee

No	Pertanyaaan	tanggapan		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1.	Apakah Shopee memberikan kemudahan berbelanja ?	9	11	20
2.	Apakah Shopee memberikan fitur yang mudah digunakan?	6	14	20
3.	Apakah Shopee menjamin transaksi pembelian ?	7	13	20
4.	Apakah Shopee memudahkan pengoprasian layananan ?	8	12	20

Sumber : Hasil Olah Data Pra-Survey (2022)

Dari mini prasurvey pada Warga Springhill Kota Bandar Lampung bahwa minat beli ulang masih belum maksimal dilakukan, dikarenakan masih banyak hal tidak sesuai dengan fitur yang ada di aplikasi dan transaksinya masih kurang maksimal.

Peneliti juga melakukan penelitian dengan membuat mini pra survey Kepuasan Pelanggan yang diberikan pada aplikasi Shopee. Mini survey dilakukan kepada 20 responden warga Springhill Kota Bandar Lampung. Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut diperoleh data mengenai kepuasan pelanggan pada table 4 berikut :

Tabel 4
Data Empiris Kepuasan Pelanggan Shopee

No	Pertanyaan	tanggapan		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1.	Apakah Shopee memberikan kemudahan bertransaksi ?	6	14	20
2.	Apakah pelayanan Shopee memberikan kepuasan ?	5	15	20
3.	Apakah Shopee memproses produk dengan cepat ?	6	14	20
4.	Apakah fitur gratis ongkir membuat senang berbelanja ?	7	13	20

Dari mini prasurvey pada Warga Springhill Kota Bandar Lampung bahwa Kepuasan Pelanggan masih belum maksimal, dikarenakan masih banyak hal tidak sesuai dengan fitur yang ada di aplikasi dan transaksinya masih kurang maksimal.

Shopee menjadi aplikasi yang paling diminati tetapi masih banyak memiliki fitur yang kurang memuaskan seperti Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang kurang memuaskan. Selain keakuratan harga kualitas pelayanan juga dapat membantu pengguna untuk melakukan minat beli ulang produk tersebut. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam pembelian ulang perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan Kualitas Produk agar mendukung minat beli ulang. Mulai dari jenis kekuratan produk dan juga harga bersaing *marketplacelain* juga mempengaruhi.

Dari uraian diatas maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh fenomena kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pengguna Shopee maka penulis tertarik untuk membuat suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang pengguna E-Commerce Shopee dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variable Intervening (Studi pada warga perumahan Springhill Bandar Lampung)

B. Identifikasi Masalah

1. Kualitas pelayanan dalam merespon keluhan barang tidak sesuai yang masih kurang memuaskan
2. Kualitas pelayanan dalam pemilihan jasa ekspedisi pengantaran barang yang membuat barang lama sampai ditangan konsumen.
3. Kualitas produk yang masih kurang baik dan juga banyak pelanggan yang hanya mementingkan keuntungan saja.
4. Kualitas produk Shopee tidak sesuai dengan harga jual tinggi yang sangat bersaing dengan market place lain.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang.

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan tentang pengetahuan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang dan sebagai pijakan dan referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dalam menghasilkan temuan yang bermanfaat, hasil penelitian ini juga bias digunakan sebagai pertimbangan menyusun strategi pembaharuan dimasa yang akan datang.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi tentang pembahasan tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam melaksanakan penelitian, Bab ini juga membahas tentang hasil penelitian relevan, kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan tentang jenis penelitian, objek dan lokasi penelitian, metode penelitian, tahapan penelitian, definisi operasional variable, tehnik pengumpulan data, instrument penelitian dan tehnik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini dijabarkan mengenai hasil pengumpulan data dan pengolahan data berupa gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil pengolahan data dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**