

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat di semua bidang industri. Hampir semua bidang mengalami peningkatan pelayanan dalam hal teknologi informasi seperti bidang pendidikan, perdagangan, perekonomian, pembangunan, transportasi hingga kebudayaan. Teknologi informasi memberikan kemudahan dalam proses komunikasi sehingga penggunaan tidak perlu menunggu lama akan penyaluran pesan, bahkan dalam waktu yang singkat saja pengguna sudah mendapatkan kebutuhan yang diinginkan.

Bidang perdagangan sangat penting bagi kehidupan sehari-hari masyarakat. Dengan bantuan adanya perdagangan atau penjualan *online shop* masyarakat dapat melakukan pembelian dari jenis barang apa saja dan dimana saja dengan mudah, selain itu masyarakat juga dapat melakukan proses perpindahan barang atau jasa ke tempat tujuan yang diinginkan.

Online shop membuka peluang usaha dalam berbagai bidang produk di internet yang banyak membidik remaja dan pegawai kantor sebagai konsumennya. Keunggulan bisnis *online shop* selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya.

Tokopedia merupakan toko *online* yang bergerak dalam banyak bidang usaha perdagangan. Produk-produk yang terdapat pada *online shop* Tokopedia diantaranya *fashion* pria dan wanita, elektronik, *gadget*, peralatan rumah tangga, dan hampir semua barang diperjualbelikan. Dalam kegiatan penjualan produk, Tokopedia berupaya memberikan pelayanan yang terbaik dalam penanganan konsumen. Sehingga dengan begitu akan dapat meningkatkan suatu penjualan pada *online shop* Tokopedia. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian, karena jika harga yang ditawarkan lebih murah atau sewajarnya, tidak

menutup kemungkinan akan menarik pembelian konsumen untuk berbelanja di *online shop* Tokopedia. Karena selain kualitas dari suatu produknya, konsumen akan memikirkan berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli suatu produk.

Banyak bermunculannya *marketplace* saat ini juga memperketat persaingan antar *marketplace*. Persaingan tersebut tentu terlihat dari pelayanan *before* dan *after sale*, promo gratis ongkos kirim, promo diskon tambahan, harga, maupun kepercayaan terhadap proses jual beli.

Era disrupsi perdagangan saat ini menjadi sebuah keuntungan yang menjanjikan perusahaan teknologi informasi. Bagaimana tidak omset penjualan Tokopedia saja per hari bisa mencapai triliunan hampir menyamakan perusahaan perbankan. Hal ini yang membuat fokus pemerintah Indonesia untuk terus meningkatkan anggaran *research and development* untuk *start up*. Online shop sebagai sebuah jasa jual beli yang menawarkan kemudahan bertransaksi juga dituntut untuk meningkatkan mutu pelayanan dengan bekerjasama kepada perbankan dan perusahaan logistik.

Tidak dipungkiri, faktor kepercayaan konsumen terhadap *online shop* saat ini tetap menjadi persoalan utama bagi para pebisnis *online*. Kepercayaan pasar Indonesia terhadap *online shop* masih tergolong rendah. Salah satunya mungkin dipengaruhi maraknya penipuan yang dilakukan oknum tidak bertanggung jawab. Nyatanya tingkat kepercayaan konsumen menjadi kunci kesuksesan suatu *online shop*. Testimoni merupakan suatu pernyataan dari kesaksian atau respon konsumen atas pemakaian suatu produk atau jasa, terkait tingkat kepuasan yang disampaikan secara lisan dan tulisan kepada pihak penjual.

Kepuasan konsumen, “*customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation* (Zeithaml dan Bitner, 2000:75).” Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakan, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkannya. Hal ini akan membangun kesetiaan pada konsumen.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: “Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan, kepercayaan, harga dengan kepuasan konsumen di Tokopedia?”

Berdasarkan perumusan masalah pokok di atas, maka spesifikasi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat dengan kepuasan konsumen di Tokopedia?
2. Apakah pengaruh kepercayaan dengan kepuasan konsumen di Tokopedia?
3. Apakah pengaruh harga dengan kepuasan konsumen di Tokopedia?
4. Apakah pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan harga secara bersama-sama dengan kepuasan konsumen di Tokopedia?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di Tokopedia.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kepercayaan dengan kepuasan konsumen di Tokopedia.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dengan kepuasan konsumen di Tokopedia.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan harga dengan kepuasan konsumen di Tokopedia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak, diantaranya :

1. Tujuan Peneliti

Penelitian ini berguna untuk memperoleh gambaran yang nyata mengenai pengambilan kebijakan pemasaran, terutama yang berhubungan dengan keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Selain itu, untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi jurusan manajemen dan akan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

2. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan referensi dan informasi yang bermanfaat bagi yang membutuhkan.