

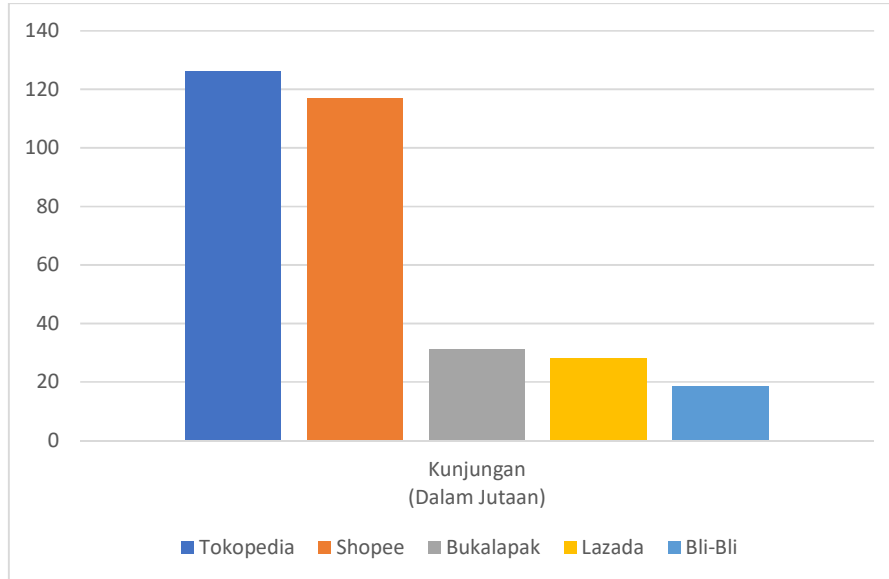
# BABI

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring dengan revolusi industri 4.0 dalam kondisi pandemi saat ini memberikan banyak manfaat dari berbagai aspek salah satunya adalah kemudahan dalam berbelanja secara online karena terdapat banyak pilihan aplikasi belanja (*marketplace*) yang mudah untuk di-*install* oleh masyarakat khususnya Indonesia. Menurut laporan yang bertajuk “*The state of e-commerce app marketing 2021*” dari perusahaan bagian pelacakan aplikasi, Indonesia menjadi urutan ketiga sebagai pengguna aplikasi *marketplace* terbesar di dunia dalam AppsFlyer yang dikutip dari Riyanto (2021).

CNBC Indonesia telah merilis daftar urutan *marketplace* terbaik berdasarkan kunjungan masyarakat ke situs web. Berikut daftar urutan *marketplace* terbaik berdasarkan kunjungan.



**Gambar 1. 1** Peringkat Marketplace di Indonesia 2021

Sumber: [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)

Pada data diatas menunjukkan bahwa pada kuartal 1 (Q1) 2021 Tokopedia menjadi *marketplace* yang lebih banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia

sebesar 126,4 juta pengunjung disusul dengan urutan kedua yaitu Shopee sebesar 117 juta pengunjung. Diperingkat ketiga *marketplace* yang banyak dikunjungi yaitu Bukalapak sebanyak 31,27 juta pengunjung dan peringkat ke empat situs *market place* yang paling banyak dikunjungi adalah Lazada dengan tingkat kunjungan sebesar 28,20 juta pengunjung. Diposisi lima untuk kunjungan *marketplace* paling banyak yaitu Blibli sebesar 18,52 juta pengunjung.

Shopee merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *website* dan aplikasi *e-commerce* secara online. Shopee didirikan pertama kali pada tahun 2009 oleh Forrest Li, yang berpusat di Singapura dimiliki oleh Sea Limited (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), dan shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015.

Berdasarkan hasil riset SnapCart ditemukan bahwa Shopee merupakan *e-commerce* yang paling banyak diingat dan paling banyak digunakan kebanyakan orang di Indonesia. Shopee adalah platform *e-commerce* yang sering digunakan dalam 3 bulan terakhir, menjadikan Shopee sebagai *e-commerce* dengan jumlah pengguna terbanyak periode September – November 2021 Tantomi (2021).

Shopee menawarkan berbagai fitur agar memudahkan pelanggan dan penjual dalam bertransaksi. Beberapa fitur yang ada di aplikasi shopee yaitu gratis ongkir, *Cash On Delivery* (COD), Voucher dan *Cashback*, Shopeepay, Shopee koin, dan Shopee game. Pada akhir tahun 2019 Shopee mengeluarkan fitur baru berupa kartu kredit digital yang dinamai Shopee *Paylater*.

Adani (2020), Dalam praktiknya, industri dalam bidang *e-commerce* Indonesia bergantung pada metode belanja online (terutama bagi kaum milenial). Menurut *Indonesian Millennium Report 2019*, generasi milenial dengan senang hati mengecek perbandingan harga, spesifikasi, rencana promosi, dan kualitas produk dari berbagai situs *e-commerce* sebelum memutuskan untuk membeli produk tertentu.

Loyalitas pelanggan merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan kegiatan usahanya. Loyalitas pelanggan memberikan indikator keberhasilan bagi perusahaan dalam lingkungan pasar yang semakin kompetitif. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka perusahaan perlu membentuk strategi dalam hal pengelolaan pelanggan. Perusahaan harus mampu

memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan pelanggan saat ini maupun yang akan datang. Kemudahan penggunaan *website* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* shopee Oldina (2021).

Berbagai fitur dan pelayanan yang diberikan Shopee selaku pasar *online* dimaksudkan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pengunjung sehingga diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi pengguna yang berdampak pada rasa ingin tahu pengunjung kemudian adanya niat beli serta keputusan pembelian dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan terhadap produk.

Sulfina *et al.*, (2021) Penelitian ini menganalisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay). Hasil dari pengujian disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dan hasil penelitian memperoleh nilai koefisien determinan. Dikatakan bahwa pengaruh kualitas produk dan layanan yang di berikan kepada pelanggan sangat penting, karena kualitas produk dan layanan yang diberikan akan mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh *e-commerce* online, kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen.

Puji Lestari (2018), Penelitian ini menganalisis pengaruh *website e-commerce*, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam setiap badan usaha yang bergerak khususnya dalam bidang jasa sangat penting untuk memperhatikan kualitas produk dan jasanya, karena berkaitan langsung dengan kepuasan pelanggan serta akan menciptakan pelanggan yang loyal dalam menggunakan layanan ini. Dikatakan bahwa pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap pelanggan sangat penting, karena kualitas produk dan layanan yang diberikan akan mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh *e-commerce* online, kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pada Pengguna Shopee *Paylater*.

## 1.2. Perumusan Masalah Pokok

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka dapat dirumuskan masalah pokok penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna shopee *paylater*?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna shopee *paylater*?
3. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater*?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater*?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater*?
6. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater* melalui kepuasan?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater* melalui kepuasan?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pengguna shopee *paylater*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna shopee *paylater*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater*.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater*.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater*.
6. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater* melalui kepuasan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna shopee *paylater* melalui kepuasan.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut:

##### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi peneliti berupa kemudahan dan kepercayaan pengguna fitur *shopee paylater* terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan. Selain itu sebagai salah satu prasyarat dalam memperoleh gelar sarjana manajemen.

##### 2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berupa pemahaman tentang pengaruh fitur *shopee paylater* terhadap kepuasan pelanggan *shopee* serta dapat menambah bukti empiris dari penelitian sebelumnya mengenai manfaat fitur *shopeepay* dan *shopee paylater* bagi pelanggan *shopee* dan juga dapat dijadikan referensi dalam mengadakan penelitian lebih lanjut tentang masalah yang sama dan dapat diterapkan di masa yang akan datang.

##### 3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat bermanfaat menambah informasi, saran, konsep dan pengetahuan serta dapat digunakan sebagai referensi dalam penggunaan aplikasi *e-commerce* *Shopee*.