

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Keberadaan zaman modern ini, dengan mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian dengan melalui *online* untuk dapat menghemat waktu dan tenaga yang dikeluarkan. Seperti belanja *online* melalui *smartphone* yang dapat dilakukan tanpa mendatangi suatu tempat untuk membeli kebutuhan yang ingin dibeli. Sudah banyak perusahaan yang menyediakan layanan belanja *online* dengan segala kemudahan dan fitur yang menarik supaya konsumen tetap membeli di perusahaan tersebut. Setiap perusahaan memiliki keunggulan yang diberikan supaya konsumen puas dengan apa yang disediakan perusahaan.

Penggunaan teknologi yang digunakan untuk penjualan secara *online* yakni *e-commerce*. Bisnis *e-commerce* adalah penjualan produk elektronik berdasarkan jual beli. Ada banyak keuntungan menggunakan penjualan *online*. Keuntungan yang di dapat oleh penjual salah satu nya yaitu tidak perlu mengeluarkan biaya untuk sewa tempat jualan, minim modal yang dikeluarkan dan target pasar yang luas.

Banyak website pasar digital yang muncul di Indonesia seperti tokopedia, shopee, lazada, blibli.com. Menjual berbagai produk seperti elektronik, perlengkapan rumah tangga, *fashion*. Tidak hanya itu saja tetapi menjual tiket transportasi dan produk lain nya.

Shopee adalah *e-commerce* internasional yang tersebar di berbagai negara Asia Tenggara. Shopee masuk pasar Indonesia pada tahun 2016, kemudian berkembang pesat sampai sekarang hingga masuk peringkat 10 besar toko *online* terbaik di Indonesia.

Untuk menjaga pasar *e-commerce* shopee di 10 besar, shopee harus memberikan layanan berkualitas dan produk harus mengikuti deskripsi mereka, serta kami mempertahankan dan meningkatkan harga yang dapat bersaing dalam memastikan adanya manfaat dari yang didapatkan dari shopee. Pelayanan yang baik

merupakan sesuatu yang harus dilakukan jika perusahaan ingin diminati oleh para konsumennya.

Riset yang dilakukan oleh (Lesmana & Ratnasari, 2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa” yakni perbedaan antara produk yang baik dan pelayanan yang baik menunjukkan bahwa pelanggan akan senang. Dalam riset ini, dampak kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen erat kaitannya dengan berbagai riset yang dilakukan oleh para peneliti.

Riset yang dilakukan oleh (Mustikasari, 2020) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus *food Court* UNY)” yang membuktikan bahwa ada dampak besar pada kepuasan konsumen terhadap produk berkualitas dan layanan berkualitas. Dalam studi ini, dampak kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan dikorelasikan dengan berbagai studi yang dilakukan oleh para peneliti.

Riset yang dilakukan oleh (Darmawan, 2019) yang berjudul “Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan” yang membuktikan bahwa kualitas produk, kesadaran merek dan perbedaan harga mempunyai dampak besar pada kepuasan pelanggan. Dalam riset ini dampak kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan dikaitkan dengan berbagai riset yang dilakukan oleh peneliti.

Riset yang dilakukan oleh (Mariansyah & Syarif, 2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu” Ini menunjukkan bahwa produk yang baik untuk pelanggan yang puas dengan produk yang baik dan pelayanan yang baik, pelayanan yang baik dan harga yang baik. Dalam riset ini, dampak kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen dikaitkan dengan berbagai riset yang dilakukan oleh peneliti.

Riset yang dilakukan oleh (Hadi & Nastiti, 2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome” membuktikan bahwa produk berkualitas tinggi memberikan nilai tinggi bagi pelanggan yang puas dan layanan bernilai tambah yang sangat baik bagi pelanggan yang puas. Dalam studi ini, dampak kualitas layanan, kualitas produk dan nilai

kepuasan pelanggan dikorelasikan dengan berbagai studi yang dilakukan oleh peneliti.

Riset yang dilakukan oleh (Xin & Jiaying, 2020) yang berjudul “*Research on the Influence of E-commerce service quality of fresh Agricultural products on customer satisfaction*” yang membuktikan bahwa Berbagai jenis layanan, keandalan, persetujuan, dan efisiensi memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam studi ini, dampak kualitas layanan, kualitas produk dan nilai kepuasan pelanggan dikorelasikan dengan berbagai studi yang dilakukan oleh peneliti.

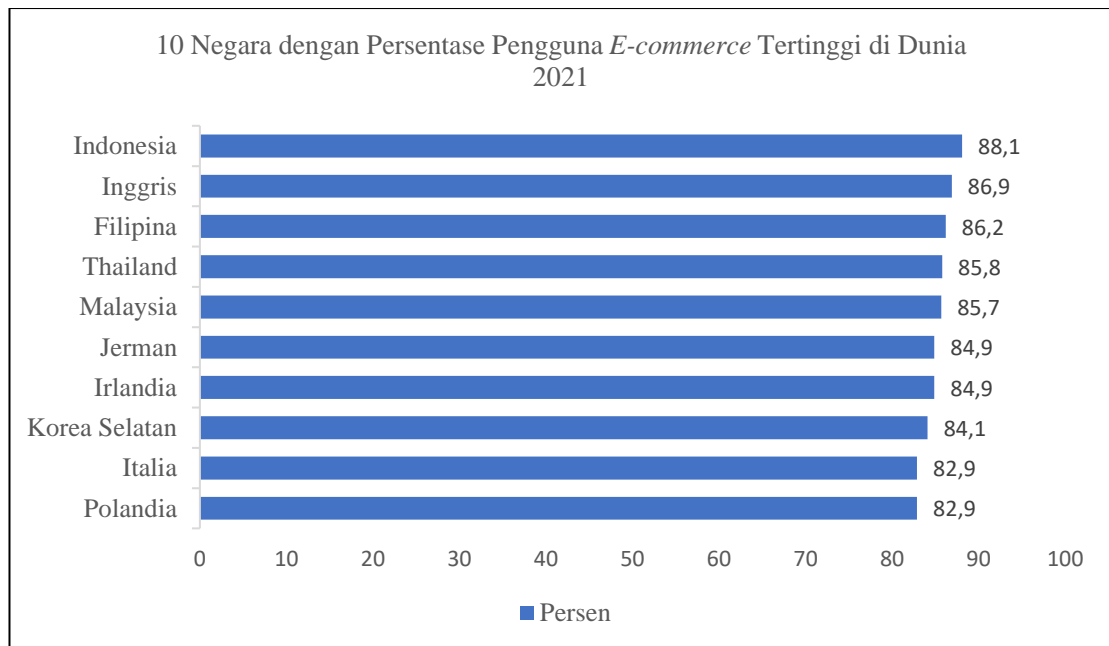
Riset yang dilakukan oleh (Rusmahafi & Wulandari, 2020) yang berjudul “*The Effect of Brand Image, Service Quality, and Customer Value on Customer Satisfaction*” yang membuktikan bahwa Ditemukan bahwa pertukaran produk tidak berdampak besar terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan dan perbedaan nilai produk konsumen bermanfaat bagi kepuasan pelanggan. Dalam studi ini, dampak kualitas layanan, kualitas produk dan nilai pada kepuasan pelanggan dikorelasikan dengan berbagai studi yang dilakukan oleh peneliti.

Riset yang dilakukan oleh (Amoako, 2022) yang berjudul “*Customer Satisfaction: Role of Customer Service, Innovation, and Price in the Laundry Industry in Ghana*” membuktikan bahwa variabel layanan pelanggan, harga kompetitif, dan inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini relevan dengan banyak riset yang dilakukan oleh para ilmuwan dalam riset ini, dengan fokus pada dampak kualitas layanan, kualitas produk dan harga yang memuaskan bagi konsumen.

Riset yang dilakukan oleh (Lee & Lee, 2020) yang berjudul “*Comparative Study of Service Quality on VIP Customer Satisfaction in Internet Banking: South Korea Case*” membuktikan bahwa pertukaran layanan yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggan. pada studi ini, dampak kualitas layanan, kualitas produk dan nilai kepuasan pelanggan dikorelasikan dengan berbagai studi yang dilakukan oleh peneliti.

Riset yang dilakukan oleh (Opata et al., 2021) yang berjudul “*The impact of value co-creation on satisfaction and loyalty: the moderating effect of price fairness*”

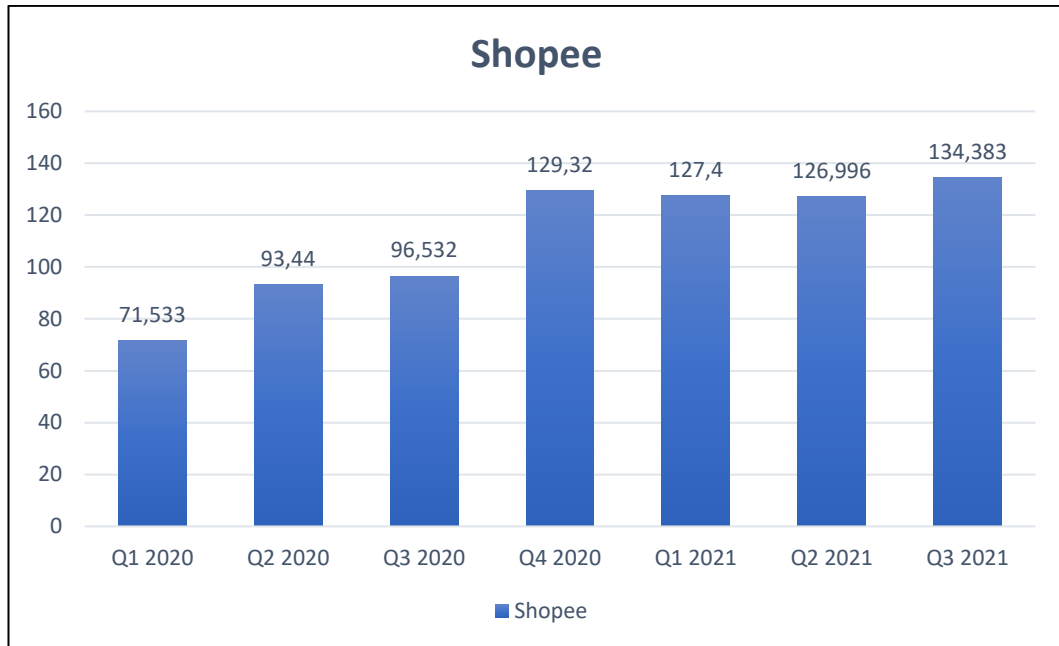
(*empirical study of automobile customers in Ghana*)” yang membuktikan bahwa nilai tukar mempengaruhi kepuasan konsumen. Studi ini membuktikan bahwa dampak pelayanan yang baik, kualitas produk yang baik dan skor kepuasan konsumen terkait dengan perubahan jumlah pencari.



Sumber : WeAreSocial, 2021

Gambar 1. Persentase Penggunaan *E-commerce* Tertinggi di Dunia 2021

Menurut survey yang dilakukan oleh katadata.co.id pada grafik diatas bahwa Indonesia yang pertama menjadi industri *e-commerce* terbesar yang ada di dunia dengan tingkat pertumbuhan sebesar 88,1% pada tahun 2021. Pertumbuhan ini didorong oleh penggunaan internet di Indonesia yang memiliki 100 juta pengguna. Sekitar 17,7% responden menggunakan uangnya untuk tiket pesawat serta memesan hotel secara *online*. Selain itu, 11,9% responden menghabiskan uang untuk pakaian dan sepatu. Kelompok terpopuler kedua dengan 10% responden adalah kesehatan dan kecantikan.



Sumber : iPrice, 2021

Gambar 2. Persentase Pengunjung Shopee Q1 2020 – Q3 2021

Menurut survey yang dilakukan oleh katadata.co.id pada grafik diatas menunjukkan pada Q1 2020 pengunjung shopee sebesar 71,533. Lalu pada Q2 2020 mengalami peningkatan sebesar 93,440. Kemudian pada Q3 2020 juga mengalami peningkatan walau hanya naik 3% yaitu sebesar 96,532. Kemudian pada Q4 2020 terjadi sebuah peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebesar 129,320. Pada Q1 2021 pengunjung shopee mengalami penurunan sebesar 127,400. Kemudian pada Q2 2021 juga mengalami penurunan sebesar 126,996. Dan pada Q3 2021 mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebesar 134,383. Menurut katadata.co.id walau pada Q1 2020 – Q3 2021 mengalami peningkatan tetapi pada Q1 2021 – Q3 2021 *e-commerce* shopee mengalami penurunan peringkat pada kunjungan yang sebelumnya menempati peringkat 1 kemudian sekarang menempati peringkat 2.

Berikut beberapa *review* dari konsumen shopee yang mengatakan kurang puas dengan kualitas pemberian sebuah pelayanan shopee dan kualitas produk yang diberikan shopee dan ada juga yang merasa puas dengan harga saat ini.

Tabel 1. Resume Pengguna Shopee

| No | Tanggal | Nama Pengguna | Resume Pengguna Shopee |
|----|------------------|-----------------------|---|
| 1 | 09 Februari 2022 | Aldian Yoga | Kecewa dengan pihak Shopee. Saldo ShopeePay sudah di transfer ke bank saya tapi yang masuk berkurang Rp, 20,000 lebih, padahal bebas biaya admin |
| 2 | 02 Maret 2022 | Hadi Wijaya | Beli Oppo A31 baru 3 hari sudah rusak dan jaringan hilang |
| 3 | 04 Maret 2022 | Jonson Panjaitan | Dengan harga yang bersaing. Saya rekomendasikan sebagai <i>online shop</i> terpercaya, terbaik dan termurah |
| 4 | 08 Februari 2022 | Oase Sye Kosase | Untuk pertama kali saya menghubungi <i>customer service</i> melalui aplikasi Shopee namun tidak ada respon. Bahkan, sudah menelepon <i>customer service</i> melalui telepon tiba-tiba mematikan panggilan telepon ketika sedang berbicara |
| 5 | 27 Februari 2022 | Brilyan Waskita Prima | Pengalaman saya berbelanja disini dan ditangani selalu dengan <i>customer service</i> Shopee yang <i>responsive</i> dan membantu |

Sumber : Google Play, 2022

Dari ulasan diatas bahwa akan sangat berdampak bagi *e-commerce* shopee jika permasalahan tersebut tidak segera ditangani maka akan mengalami penurunan pembeli konsumen terhadap shopee. Mengingat bahwa banyak *e-commerce* lain yang berlomba-lomba memenangkan pasar. Oleh karena itu perusahaan untuk mempertahankan serta menjaga konsumen dengan memberi pelayanan dan produk yang sesuai agar konsumen merasa puas dengan perusahaan.

Tabel 2. Resume Keluhan Pengguna Shopee

| No | Tanggal | Nama Pengguna | Resume Keluhan Pengguna Shopee |
|----|-----------------|---------------|--|
| 1 | 17 Januari 2022 | Evi | Kecewa dengan penanganan laporan <i>top up</i> saldo ShopeePay saya yang tidak kunjung masuk, |
| 2 | 13 Januari 2022 | Hungry | Saya mendapatkan email mengenai pembatasan akun dikarenakan adanya aktivitas mencurigakan. saya mendapatkan email dari Tim Shopee bernama Lekson, yang menyapa saya dengan panggilan nama akun orang lain, yaitu Ilham199_, sedangkan ID Shopee saya: aill*da. |
| 3 | 7 Januari 2022 | Jesyca | Melakukan pembayaran QRIS dengan bank pengakuissisi Maybank. Keterangan yaitu sedang diproses, tidak ada kata gagal ataupun transaksi berhasil. Pihak penerima juga belum menerima dana tersebut. |

Sumber : Media Konsumen, 2022

Mempertahankan pelanggan untuk perusahaan berarti memberikan layanan, produk, dan harga terbaik kepada konsumen sehingga bisa memaksimalkan kepuasan dari konsumen.

Perbedaan karakteristik yang digunakan dalam riset ini untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi shopee adalah kualitas layanan, kualitas produk, dan nilai. Pelayanan konsumen yang baik dapat menimbulkan kepuasan konsumen. Selain itu, produk berkualitas tinggi adalah produk yang melebihi harapan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membuat konsumen lebih puas. Konsumen akan puas karena harganya lebih murah dari merek lain dan kualitas produknya sama.

Berdasarkan fenomena dan data yang sudah dijabarkan di atas, maka riset ini berjudul “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee.

I.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan berbagai latar belakang di atas, beberapa persoalan dari riset ini dapat diringkas sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *online shop* pada aplikasi shopee ?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *online shop* pada aplikasi shopee ?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *online shop* pada aplikasi shopee ?
- d. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *online shop* pada aplikasi shopee ?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari kajian riset ini yakni guna memperoleh wawasan untuk menyelesaikan beberapa masalah berdasarkan masalah yang dikembangkan di atas. Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk membuktikan, menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *online shop* pada aplikasi shopee ?

- b. Untuk membuktikan, menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *online shop* pada aplikasi shopee ?
- c. Untuk membuktikan, menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *online shop* pada aplikasi shopee ?
- d. Untuk membuktikan, menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *online shop* pada aplikasi shopee ?

I.4. Manfaat Hasil Penelitian

Hasil kajian riset ini bisa diharapkan mampu menjadi sebuah manfaat bagi berbagai pemangku kepentingan, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Memperkuat pemahaman dan wawasan dalam manajemen penjualan dan menyempurnakan hasil survei sebelumnya, khususnya mengenai dampak kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari riset ini diharapkan dapat membantu untuk pelaku bisnis yang membutuhkan informasi terkait kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga akan dapat memuaskan konsumen shopee.