

BAB. I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di masa seperti sekarang ini, perkembangan teknologi dan informasi di dunia ini akan terus berkembang di masa yang akan datang, apalagi internet berkembang sangat pesat karena internet seperti yang kita kenal dapat terhubung dengan banyak orang. Hal ini membuktikan bahwa jika internet menjadi sarana transportasi bagi sebagian orang saat ini, dengan jumlah penggunanya yang kian hari mengalami peningkatan, tentu meningkatkan pula probabilitas untuk pelaku bisnis online di seluruh dunia. Dari pelbagai e-commerce yang lahir, tidak semua memiliki kurva pertumbuhan yang baik, hanya beberapa saja yang dapat berkembang, seperti e-commerce di Indonesia, antara lain Tokopedia, Shoppe, Bukalapak, Olx, dll. Pada tahap ini, semakin banyaknya e-commerce saat ini dapat menyebabkan persaingan bisnis online yang semakin ketat. Adanya internet membangun kepercayaan terhadap aktivitas perdagangan yang terpraktek secara daring.

Kehadiran internet membuat individu-individu yang terkoneksi dengannya dapat dengan mudah bertransaksi secara daring. Kelahiran teknologi baru, seperti Internet dan e-commerce telah mensubstitusi tempat fisik bisnis ke tempat bisnis berbasis web. Namun, situasi ini telah menempatkan faktor keamanan menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan, mengingat banyaknya tindakan criminal yang acapkali bergaung di berita sebagai dampak buruk dari kelahiran internet, seperti penipuan yang tidak pernah hilang dalam daftar perkara pada transaksi online. Lalu juga pada setiap pembelian online melewati E-Commerce tentu saja pasti nya akan ada nya keaman khusus bagi setiap pembeli di dalam aplikasi tersebut yang tentunya menjaga data-data para pengguna yang menggunakan aplikasi tersebut.



Gambar 1. E-Commerce dengan Pengunjung Web Bulanan Tertinggi

Sumber: katadata.co.id, 2021

Pada riset online yang telah dilakukan pada maka dapat di tunjukan bahwasanya presentase pada Tokopedia memiliki jumlah yang tertinggi yaitu 44% dan diikuti oleh E-Commerce seperti Shopee, Lazada, Zalora dan juga Bukalapak yang menandakan bahwa Tokopedia saat ini adalah pusat E-Commerce yang ternama di Indonesia yang banyak sekali di kunjungi oleh masyarakat dikarenakan perwakilan dagang amerika atau *US Trade Represntative* (UTSR) mengatakan bahwa Tokopedia telah berupaya meningkatkan dalam sistem pemberitahuan dan penghapusan pada produk-produk yang bisa dinilai *illegal* atau pun palsu sedangkan *E-Commerce* lain masih belum maksimal untuk membarui sistem mereka.



Gambar 2. Marketplace dengan Layanan Pengiriman Tercepat (2022)

Sumber : katadata.co.id, 2022

Dari fenomena tersebut dapat dikatakan bahwa dunia bisnis pada internet persaingan dapat terbilang cukup pesat dan Tokopedia masih menempati posisi pertama yang mempunyai responden terbanyak dan diikuti oleh e-commerce lainnya yang dimana yang telah ditunjukkan oleh riset iPrice pada tahun 2022 bahwasannya Shopee telah menjadi *e-commerce* yang mendominasi hampir semua pasar di Asia Tenggara sedangkan khusus di Indonesia, Tokopedia mampu mendominasi pasar di *e-commerce* dengan responden tertinggi maka hal ini dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia lebih antusias dengan perkembangan *e-commerce* lokal seperti Tokopedia dibandingkan dengan perkembangan *e-commerce* internasional.

Nawang Sari dan Pramesti, (2017) menunjukkan hasil penelitian bahwa terhadap parsial variabel kualitas layanan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan variabel kualitas layanan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia.com. Semakin baik kualitas layanan dan keamanan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian yang dihasilkan. Romia dan Ratnawati (2018) menghasilkan penelitian hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap kemudahan penggunaan yang menggunakan jejaring sosial dan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tersebut.

Mantauv (2019) menghasilkan penelitian jika variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online yang

menggunakan e-commerce. Maulana dan Suryaningwulan (2020) menghasilkan penelitian yang mana bahwa terdapat Pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembelian online di e-commerce blibli.com. Wijaya & Prtamai dan Yasa (2022) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Tokopedia. Sembhodo dan Hermawati (2021) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Tokopedia.

Ramadhan & Komaladewi dan Mulyana (2021) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian online baik secara parsial maupun simultan. Faktor terpenting yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan pembelian online adalah apakah mereka mempercayai situs web yang menawarkan layanan online ini dan apakah mereka mempercayai penjual online situs web tersebut untuk mendorong dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Kedua adalah pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian yang dapat dijelaskan dengan persepsi kemudahan penggunaan pengguna Tokopedia yang secara umum memberikan rasa nyaman dan kemudahan yang mempengaruhi keputusan pembelian online konsumen.

Sinurat dan Ali (2020) menghasilkan penelitian yang mana bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada transaksi jual beli (e-commerce) seperti Tokopedia tersebut. Gunawan & Ali dan Nugroho (2019) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan kemudahan penggunaan dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada keputusan pembelian di PT Tokopedia di Jabodetabek. Kalalo & Kindangen dan Saerang (2022) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel keamanan terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia dengan sekitar 150 juta kunjungan per bulan dan Shopee dan Bukalapak berjuang untuk yang kedua tempat sekitar 100 juta pengunjung per bulan.

Dengan adanya perkembangan teknologi di era modern seperti saat ini dan juga semakin pesatnya masyarakat dalam menggunakan teknologi yang mempermudahnya, maka akan adanya potensi e-commerce menjadi sarana utama

masyarakat dalam membeli suatu barang atau produk. Maka dari itu potensi e-commerce menjadi salah satu platform yang sangat di butuhkan sekarang ini dikarenakan masyarakat sudah sering bekerja di rumah lalu juga mereka tidak ada waktu untuk pergi ke mall atau tempat lainnya, untuk menghemat waktu maka mereka lebih memilih untuk menggunakan e-commerce dikarenakan lebih praktis dan cukup sangat berdampak untuk para pembisnis online terpengaruh terhadap kemudahan penggunaan, keamanan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kepada pengguna e-commerce.

Sebab itu adanya gap research pada penelitian sebelumnya yang menemukan perbedaan hasil kemudahan penggunaan, keamanan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, peneliti membuat penelitian ini dengan menggunakan sampel yang berbeda. Maka penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di DKI Jakarta”.

I.2 Rumusan Masalah

Dengan berdasarkan pada hasil latar belakang yang telah ditetapkan, sehingga dapat peneliti rumuskan kurang lebih nya permasalahan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan pada E-Commerce Tokopedia di DKI Jakarta?
2. Apakah Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan pada E-Commerce Tokopedia di DKI Jakarta?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan pada E-Commerce Tokopedia di DKI Jakarta?

I.3 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menetapkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di DKI Jakarta.

2. Untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di DKI Jakarta.
3. Untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan pengaruh Kualitas Layanan pada Tokopedia di DKI Jakarta.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Peneliti mengharapkan agar hasil dari penelitian ini dapat membawa kebermanfaatan bagi semua pihak, yaitu:

1. Manfaat Teoritis Secara teoritis, peneliti memiliki harapan agar bisa memberi manfaat untuk memperluas pemahaman dan memberikan kontribusi berupa sumber informasi terkait dengan Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di DKI Jakarta.
2. Manfaat Praktis Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan maupun informasi terhadap peneliti lain yang menggunakan topik serupa dengan riset ini, serta bisa menjadi bahan uraian dalam berbagai pihak guna memahami tingkatan Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di DKI Jakarta.