

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan yang signifikan pada cara konsumen berbelanja. *E-commerce* menjadi salah satu solusi yang telah memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa batasan waktu dan tempat. Tokopedia menjadi salah satu *platform e-commerce* terbesar di Indonesia yang telah berhasil menarik perhatian banyak pengguna, terutama dikalangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan pentingnya pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) data tersebut menunjukkan perkembangan belanja *online* di Indonesia juga semakin tumbuh dan meningkat. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggaraa Jasa internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563 juta pada periode 2023-2024 jumlah ini bertambah sekitar 6 juta pengguna di bandingkan periode tahun lalu (APJII, 2024)

Pertumbuhan belanja *online* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, terutama karena kondisi saat ini yang membuat masyarakat lebih percaya untuk berbelanja di *marketplace* atau *e-commerce*. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia telah berkembang pesat (Khoirunnisa, 2021). Diperkirakan tren ini akan berlanjut dalam beberapa tahun mendatang. Tempo.co melaporkan jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia antara tahun 2020 dan 2024, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.