

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat internet menjadi salah satu media yang tidak hanya digunakan untuk melakukan komunikasi saja, tetapi juga digunakan sebagai media berbelanja online. Kehadiran teknologi internet yang memberi manfaat komunikasi tanpa batasan membuat pengguna internet akan mudah dalam memperbesar jaringan pemasaran suatu produk. Penggunaan internet tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, komunikasi global, dan publikasi, tetapi juga digunakan sebagai sarana transaksi ekonomi yang lebih dikenal dengan *e-commerce* (Dharma, 2006). Semakin berkembangnya pertumbuhan *e-commerce* maka mendorong terbentuknya *platform marketplace* seperti Bukalapak, Lazada, Tokopedia, Blibli.com, Shopee, serta berbagai *marketplace* lainnya.

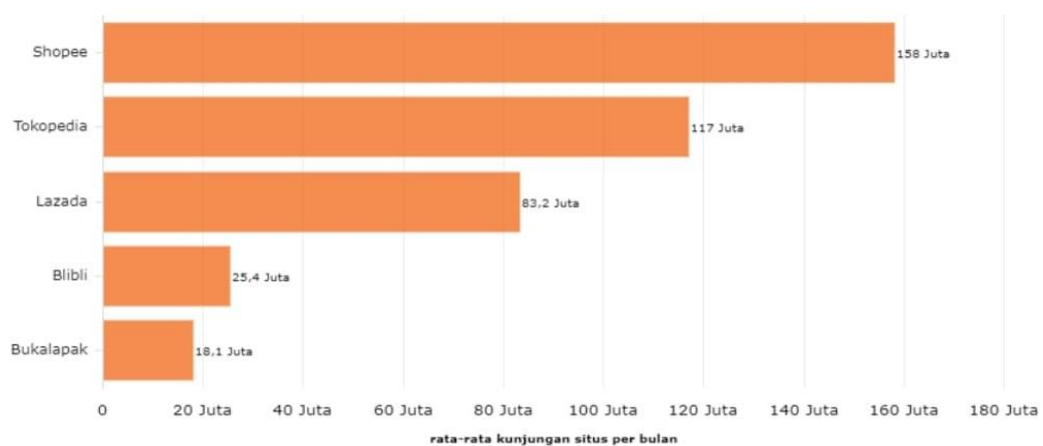
E-commerce adalah aktivitas transaksi komersial yang dilakukan antar organisasi atau individu melalui internet meliputi pertukaran uang untuk produk (Laudon & Traver, 2017). Sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* dari total keseluruhan 202,6 juta pengguna, persentase ini merupakan yang tertinggi di dunia. Adapun situs *e-commerce* yang berasal dari luar negeri, diantaranya Shopee.com, Amazon.com, Ebay.com, Lazada.com, Gmarket.com, Revenecve.com, dan lainnya. Sedangkan situs *e-commerce* yang berasal dari Indonesia, diantaranya yaitu Bukalapak, Toko Bagus

dan masih banyak lagi. Di Indonesia perkembangan *e-commerce* sudah sangat luas dan sudah terdapat banyak aplikasi *mobile platform* yang saat ini sedang berkembang di Indonesia diantaranya adalah Shopee.

Shopee adalah *platform e-commerce* yang diluncurkan di Indonesia pada tahun 2015, berasal dari Singapura dan kemudian mulai memperluas jaringannya diberbagai negara seperti, Thailand, Vietnam, Malaysia dan Filipina. Shopee merupakan salah satu toko jual beli *online* yang paling populer dikalangan masyarakat, terutama di kalangan remaja. Shopee merupakan toko *online* yang menjual berbagai produk dan berbagai jenis kebutuhan baik kalangan remaja, anak-anak, dan orang tua. Aplikasi shopee dapat diakses oleh semua kalangan tanpa terkecuali.

Gambar 1.1

Pengunjung Bulanan Marketplace di Indonesia Tahun 2023



Sumber : Similarweb, April 2023

Dapat dilihat dari gambar diatas, shopee berhasil melakukan pemasaran melalui media sosial atau jejaring sosial dimana shopee saat ini sedang banyak diminati dan diakses oleh masyarakat umum bahkan shopee mampu mengalahkan *marketplace* besar lainnya yang sejak lama sudah beroperasi. Berdasarkan data di atas, pengunjung web bulanan shopee berada di urutan pertama dengan jumlah pengunjung sebanyak 158 juta kunjungan. Dalam periode yang sama, situs Tokopedia meraih 117 juta kunjungan, situs Lazada 83,2 juta kunjungan, situs Blibli 25,4 juta kunjungan dan situs Bukalapak 18,1 juta kunjungan. Banyaknya pengunjung yang mengakses aplikasi shopee hal itu membuat shopee memunculkan berbagai macam jenis fitur kategori produk yang menarik untuk dijual.

Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk dengan harapannya (Krisdianti, 2019). Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibanding dengan harapan (Kotler & Keller, 2016).

Kepuasan pelanggan yang berbelanja di shopee akan tercapai apabila kualitas barang yang di terima oleh pelanggan sesuai dengan harapannya. Sedangkan kepuasan penjual akan tercapai apabila pelanggan memberikan bintang sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang diterima. Skala dalam penilaian produk 5 item, mulai dari bintang 1 sampai bintang 5. Jika pelanggan memberikan 5 bintang artinya pelanggan tersebut sangat puas, jika pelanggan memberikan 4 bintang maka pelanggan puas akan kualitas produk dan layanan,

jika pelanggan memberikan 3 bintang artinya pelanggan hanya puas akan kategori kualitas produknya saja, dan jika pelanggan hanya memberikan 1 dan 2 bintang artinya pelanggan hanya menilai dari kategori produk, pelayanan dan pengiriman oleh kurir, yang artinya pelanggan kecewa akan hal tersebut.

Ada beberapa faktor yang mendorong kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi belanja online seperti shopee yaitu, harga diskon, gratis ongkos kirim dan kualitas pelayanan. Faktor pertama yang diamati untuk mengkaji kepuasan pelanggan adalah harga diskon. Menurut McCarthy (2015) harga diskon yaitu penurunan harga yang dicatat dari penjual kepada pembeli yang tidak menjalankan fungsi pemasaran tertentu atau tidak menjalankan fungsinya sendiri. Cara memperoleh konsumen yang loyal seringkali dilakukan dengan memberikan potongan harga atau diskon. Harga diskon biasa didefinisikan dengan kegiatan untuk mengurangi harga suatu produk, supaya harga produk tersebut biasa dibawah harga normal dan dilakukan pada jangka waktu tertentu.

Dengan adanya harga diskon pelanggan akan merasa puas dengan barang yang dia beli dengan harga diskon. Pelanggan tidak merasa bersalah karena mereka hanya membayar produk tersebut dengan harga dibawah harga normal. Dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Dewi dan Kusumawati, 2018) dan Salsabila Wulandari Aryatinigrum, dkk (2020).

Faktor kedua yang diamati untuk mengkaji kepuasan pelanggan yaitu promosi gratis ongkir. Salah satu yang ditawarkan pengelola bisnis online adalah menawarkan gratis ongkos kirim. Gratis ongkos kirim ini dapat diartikan bahwa

biaya pengiriman dibebaskan bagi pembeli. Ini membuktikan bahwa gratis ongkos kirim sangat efektif dalam meningkatkan penjualan bisnis. Dengan menggratiskan ongkos kirimnya, otomatis pembeli hanya perlu membayar harga barang yang mereka beli. Hal tersebut tidak menjadi keraguan dalam berbelanja online, dan barang yang diinginkan sampai ke tempat tujuan tanpa beban ongkos kirim. Dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa gratis ongkos kirim memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Yosepha & Sulhendir, 2021) dan Miftakhul Jannah, dkk (2021).

Faktor terakhir yang digunakan untuk mengkaji kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014). Kualitas pelayanan merupakan aspek penting bagi sebuah perkembangan perusahaan. Saat ini, sebagian besar konsumen mulai menjadikan kualitas sebagai parameter utama dalam menjatuhkan pilihan terhadap suatu produk/layanan (Anwar dan Wardani, 2021).

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamzah (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Media Onlineshop Shopee”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga diskon berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada media onlineshop shopee?
2. Apakah promosi gratis ongkir berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada media onlineshop shopee?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada media onlineshop shopee?
4. Apakah harga diskon, promosi gratis ongkir dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada media onlineshop shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga diskon berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada media onlineshop shopee.
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi gratis ongkir berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada media onlineshop shopee.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada media onlineshop shopee.

4. Untuk menganalisis pengaruh harga diskon, promosi gratis ongkir dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada media onlineshop shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung dan memberikan informasi secara empiris terkait dengan pengaruh kepuasan pelanggan dalam berbelanja pada media onlineshop shopee, serta menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

- a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu terkait teori dan konsep tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada media onlineshop shopee

- b. Bagi Pelanggan/Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana edukasi dan masukan bagi masyarakat dalam mengakses layanan belanja online, memaksimalkan fitur untuk memperluas kesempatan dalam meningkatkan pengalaman dan kualitas aktivitas pemenuhan kebutuhan terutama pada *e-commerce* shopee.