

BAB I

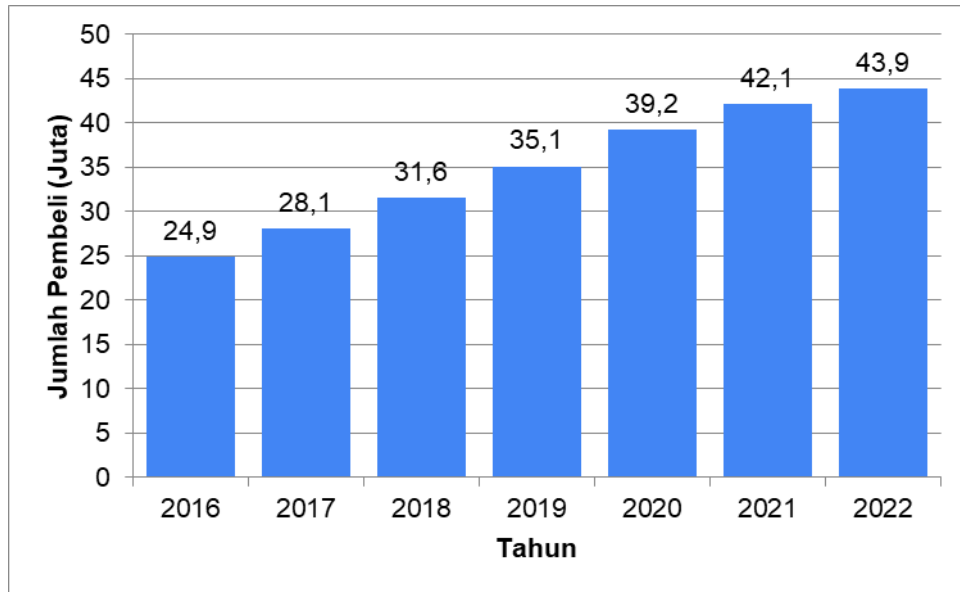
PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan dalam penelitian Tugas Akhir.

1.2 Latar Belakang

Revolusi industri yang terus meningkat seiring dengan perkembangan zaman menyebabkan meningkatnya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Menteri Perindustrian dalam situs www.liputan6.com menyampaikan bahwa saat ini Indonesia telah memasuki era Revolusi Industri 4.0 (Putra, 2018). Dimana pada era ini, pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia semakin meningkat. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Asosiasi *e-commerce* dalam situs www.ekbis.sindonews.com yang menyatakan bahwa saat ini pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia yaitu sekitar 78% dan Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi didunia (Yovanda, 2018).

Menurut Laudon, Kenneth C. dan Traver (2012) & Pearson and Schell (2008), *e-commerce* merupakan suatu proses berbisnis dengan memanfaatkan teknologi elektronik dan internet sebagai penghubung antara perusahaan dan konsumen atau dapat dikatakan sebagai transaksi jual beli *online*. Dengan adanya *e-commerce*, transaksi jual beli menjadi lebih mudah dibandingkan dengan konvensional (*offline*). Seperti transaksi pembayaran yang dapat dilakukan menggunakan sistem *cash on delivery* dan sistem transfer sehingga transaksi pembayaran akan lebih aman (Juju and Maya, 2010). Selain itu, *e-commerce* juga memiliki sistem pengantaran barang hingga ke alamat tujuan (Juju and Maya, 2010). Menurut data Statista pada website www.databoks.katadata.co.id, jumlah pembeli digital di Indonesia akan terus meningkat hingga tahun 2022. Proyeksi pembeli digital di Indonesia tahun 2016 – 2022 dapat dilihat pada **Gambar 1.1**.

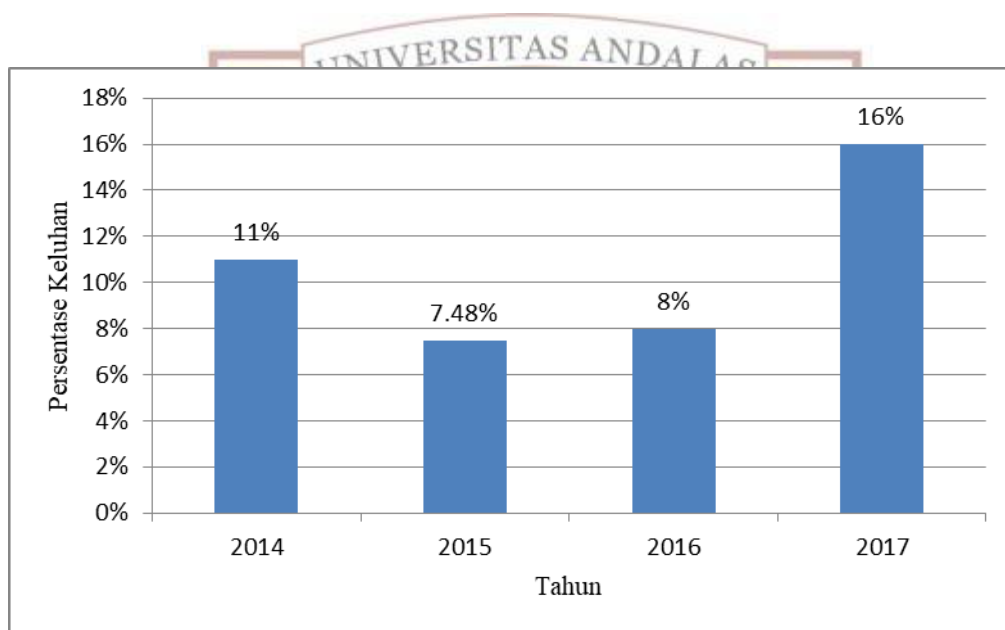


Gambar 1.1 Proyeksi Pembeli Digital di Indonesia 2016 – 2022

(Sumber : www.databoks.katadata.co.id)

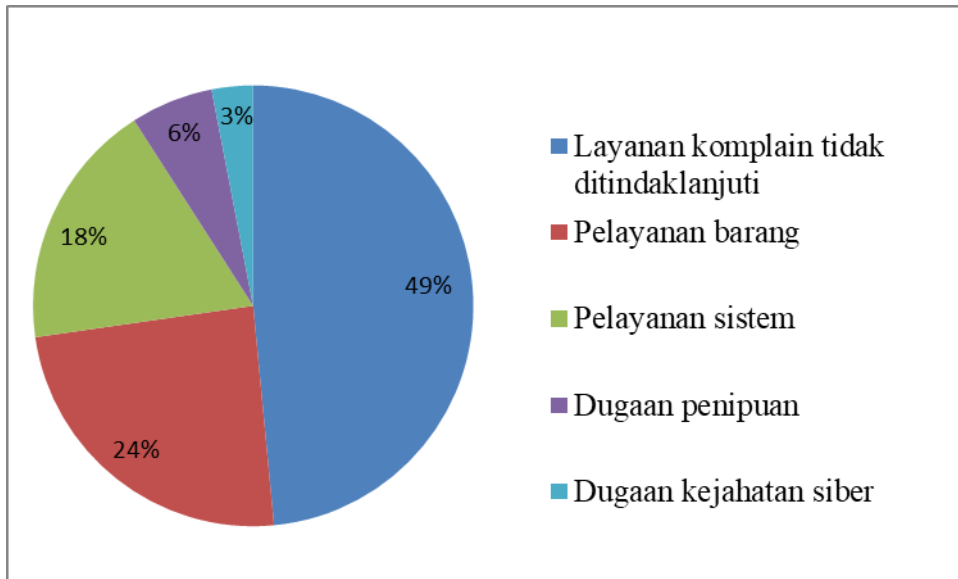
Menurut Zeithaml (1996), kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan sukses atau gagalnya suatu *e-commerce*. Hal ini didukung oleh pernyataan Yang (2001) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimana, kualitas pelayanan ini dapat diukur menggunakan metode *e-servqual*. Metode tersebut digunakan sebagai metode evaluasi untuk melihat sejauh mana tingkat efektifitas dan efisiensi suatu *website e-commerce* mampu melayani pelanggan dalam pembelian hingga pengiriman produk atau jasa (Zeithaml, 2002). Dengan kata lain, *e-servqual* merupakan suatu metode evaluasi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Menurut Swaid, Samar I; Wigand (2007) dalam penelitiannya yang berjudul “*Key Dimensions of E-commerce Service Quality and Its Relationships to Satisfaction and Loyalty*”, dimensi kualitas pelayanan elektronik (*e-servqual*) yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan antara lain kegunaan *website (website usability)*, kualitas informasi (*information quality*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan personalisasi (*personalization*).

Ketidakpuasan pelanggan terjadi apabila kinerja suatu produk tidak sesuai dengan persepsi dan harapan pelanggan (Kotler and Keller, 2008). Dimana, ketidakpuasan pelanggan dapat diekspresikan dengan adanya keluhan (Kotler, 2005). Keluhan ini tidak bisa diabaikan karena akan membuat pelanggan merasa tidak dihargai (Ruslan, 2004). Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dalam situs www.katadata.co.id menyampaikan bahwa keluhan terbanyak selama tahun 2017 yaitu keluhan mengenai belanja *online*. Dimana keluhan ini terus meningkat dari tahun 2015 hingga 2017 (Bayu, 2018). Grafik persentase keluhan pelanggan belanja *online* dapat dilihat pada **Gambar 1.2**.



Gambar 1.2 Persentase Keluhan Pelanggan Belanja *Online* Tahun 2014-2017
(Sumber : www.katadata.co.id)

Berdasarkan data YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) pada situs www.katadata.co.id, sebagian besar permasalahan yang diadukan pelanggan belanja *online* yaitu terkait pelayanan. Adapun jenis-jenis keluhan belanja *online* dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.



Gambar 1.3 Jenis-Jenis Keluhan Belanja *Online*
(Sumber : www.katadata.co.id)

Selain itu, YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) juga menyampaikan bahwa keluhan belanja *online* terbanyak ditujukan kepada toko *online* penyedia aplikasi seperti lazada, tokopedia, shopee dan lain-lain. Persentase jumlah aduan toko *online* penyedia aplikasi tahun 2017 dapat dilihat pada **Tabel 1.2**.

Tabel 1.1 Data Persentase Jumlah Aduan *E-commerce* Tahun 2017

<i>E-COMMERCE</i>	JUMLAH ADUAN
Lazada	25%
Akulaku	20%
Tokopedia	15%
Bukalapak	13%
Shopee	10%
Blibli	7%
JD.ID	6%
Elevenia	4%

(Sumber : www.katadata.co.id)

Berdasarkan data-data tersebut, dapat dilihat bahwa adanya permasalahan kualitas pelayanan pada *e-commerce* di Indonesia khususnya pada *e-commerce* penyedia aplikasi. Sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai analisis

pengaruh kualitas pelayanan *e-commerce* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini yaitu ”Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *e-commerce* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan?”

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian yang ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan elektronik yang memiliki dimensi kegunaan *website* (*website usability*), kualitas informasi (*information quality*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan personalisasi (*personalization*) terhadap kepuasan pelanggan
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan elektronik yang memiliki dimensi kegunaan *website* (*website usability*), kualitas informasi (*information quality*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan personalisasi (*personalization*) terhadap loyalitas pelanggan
3. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Penelitian hanya dilakukan pada *e-commerce* empat teratas yang paling sering dikunjungi pada tahun 2018 yaitu tokopedia, lazada, shopee dan bukalapak
2. Dimensi kualitas pelayanan elektronik yang digunakan hanya kegunaan *website* (*website usability*), kualitas informasi (*information quality*),

keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan personalisasi (*personalization*).

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian tugas akhir ini terbagi atas tiga Bab. Sistematika penulisan laporan penelitian tugas akhir adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang studi pendahuluan dalam melakukan penelitian tugas akhir yaitu latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori pendukung yang akan digunakan dalam penyelesaian masalah dalam penelitian tugas akhir diantaranya teori mengenai kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dimensi-dimensi kualitas pelayanan, metode *E-servqual*, *e-commerce* dan SEM-PLS

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yaitu tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian tugas akhir secara sistematis. Metodologi penelitian terdiri dari studi pendahuluan, perumusan masalah, pengumpulan data, pengolahan data, analisis, kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan pada penelitian ini yang terdiri dari pengumpulan data dan pengolahan data menggunakan SEM-PLS serta analisis berdasarkan hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang penutup yang berisikan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk peniliti selanjutnya.

