

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten bintang yang berada di Provinsi kepulauan Riau yang memiliki 7 kecamatan yaitu Kecamatan Bintang Utara, Bintang Timur, Kecamatan Bintang Pesisir, Teluk bintang, Gunung Kijang, Telok Sebong, Tambelan. Kecamatan Bintang Pesisir memiliki 4 desa dan salah satunya Desa Numbing merupakan desa yang terletak di kecamatan Bintang Pesisir, Kabupaten Bintang, Provinsi Kepulauan Riau yang mempunyai luas wilayah 53 km dengan batasan sebelah utara dengan Desa Kelong, dan Mapur, sebelah selatan berbatasan dengan Senayang, sebelah barat berbatasan dengan Desa mantang dan sebelah timur berbatasan dengan Laut Cina Selatan. Masyarakat yang dituntut untuk memahami kemajuan teknologi yang berkembang pesat saat ini menjadikan internet sebagai suatu kebutuhan didalam kehidupan, seperti sarana edukasi, hiburan bahkan menjadi sarana kebutuhan sehari-hari seperti belanja online. Berkembangnya *trend* belanja online yang dilakukan oleh masyarakat tentunya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat. *E-commerce* sebuah konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Proses penjualan dan pembelian yang dilakukan melalui situs internet sangat efisien dan cepat serta mudah dalam pemasaran produk dan jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Situs *e-commerce* menawarkan berbagai macam produk, sehingga membuat para konsumen tertarik membeli barang secara online, membeli barang secara online memiliki

keuntungan salah satunya menghemat waktu, tanpa perlu keluar rumah konsumen sudah bisa membeli barang yang dibutuhkan. Melalui survei jakpat (*goodstats.id*) dihasilkan pemeringkatan platform e-commerce yang paling banyak digunakan oleh masyarakat indonesia ditahun 2022, menunjukan shopee masih menguasai mayoritas pilihan responden.

Tabel 2.1

Platform *E-Commerce* Pilihan Masyarakat

Tahun 2022

<i>E-commerce</i>	Persen
Shopee	77%
Tokopedia	39%
Lazada	25%
Bukalapak	9%
Alfagift	7%
Blibli	7%
Klik Indomaret	5%
Jd.Id	5%

Sumber goodstats.id

Berdasarkan survei diatas shopee berhasil mengungguli tujuh platform *e-commerce* lain. Berada diposisi pertama, shopee berhasil mendapatkan presentase 77%. Shopee salah satu *e-commerce* di Indonesia yang banyak digunakan, shopee mulai muncul pada tahun 2015, sejak tahun 2015 hingga 2022 pengguna shopee

baik penjual dan pembeli terus meningkat (kompas.com). Aplikasi shopee telah diunduh sebanyak lebih dari 5,5 juta dan mendapat jumlah rating sebesar 4,7 (*Google Playstore*) meski memiliki rating yang terbilang cukup tinggi, masih terdapat berbagai keluhan pelanggan yang terlihat pada kolom ulasan. Seperti barang yang tidak sesuai dengan gambar, harga ongkir yang mahal, dan keterlambatan pengiriman. Aspek yang perlu diperhatikan yaitu Kepuasan konsumen suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap produk dan jasa sesuai dengan tampilan dari produk dan jasa. Jika konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu lama. Adapun pada survey awal yang dilakukan, peneliti menemukan ketidakpuasan dari beberapa respon pelanggan terhadap shopee yang kurang puas. Banyak faktor yang mempengaruhi salah satunya yang ditemukan yaitu kualitas pelayanan yang kurang cepat dan ketidakpercayaan konsumen terhadap shopee. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Susilo (2018), dan Sobat (2019), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Selain kepuasan konsumen yang harus di perhatikan yaitu ada kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan survey awal yang dilakukan oleh peneliti bahwa munculnya beberapa asumsi yaitu adapun kualitas pelayanan yang diberikan, seller sangat lama dalam memberikan tanggapan kepada konsumen yang mempunyai keluhan terhadap barang ataupun mempertanyakan ketersediaan

barang, sehingga hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun didukung dengan penelitian Suharlina (2022), dan Kurniawan (2019), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Adapun dengan jumlah *e-commerce* yang sedemikian banyak membuat persaingan untuk memperebutkan konsumen dibisnis online pun semakin ketat. Manajemen perusahaan harus bekerja keras untuk menarik konsumen dari pesaingnya. Oleh karena itu diperlukan strategi untuk saling memperebutkan konsumen salah satu strategi bersaing yaitu dengan meningkatkan promosi penjualan sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Adapun promosi yang dilakukan belum optimal maka kepuasan konsumen menjadi berkurang dan menjadi salah satu penyebab kurang nyaman dalam melakukan pembelian. Berdasarkan penelitian Leonardo (2021), dan Pramesti (2021), menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepercayaan sebagai keyakinan konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan pihak perusahaan atau sellernya akan memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan survey awal yang dilakukan bahwa muncul beberapa asumsi yaitu adanya ketidakpercayaan konsumen yang disebabkan ketidaksesuaian produk atau barang yang ditawarkan dengan aslinya membuat konsumen kurang puas terhadap produknya sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Arpizal (2021), dan Perkasa (2021), bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan

bahwa peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Numbing Kec. Bintan Pesisir, Kab Bintan)**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah:

1. Adanya ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen.
2. Seller sangat lama dalam memberikan tanggapan kepada konsumen yang mempunyai keluhan terhadap barang ataupun mempertanyakan ketersediaan barang.
3. Kurang optimal dalam melakukan promosi penjualan
4. Ditemukannya ketidaksesuaian barang yang ditawarkan dengan aslinya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee?

4. Apakah kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee?

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, diperlukan adanya pembatasan masalah dengan tujuan untuk mendalami dan memfokuskan permasalahan ingin diteliti, mengingat permasalahan yang ada sangat luas, Agar penelitian ini lebih fokus dan tepat sasaran maka peneliti membatasi hanya pada masalah yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee.

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas, promosi pelayanan dan Kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Mahasiswa

Manfaat penelitian ini bagi mahasiswa untuk menyelesaikan syarat kelulusan jenjang sarjana SI dan penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi serta pengetahuan mahasiswa mengenai pengaruh kualitas, promosi pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee

2 Manfaat Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi atau literatur mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee untuk pengguna aplikasi shopee dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melanjutkan penelitian ini dapat lebih memperdalam atau memperluas terkait penelitian tersebut, terkhusus bidang manajemen pemasaran.

3. Manfaat bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi perusahaan untuk menentukan keputusan dalam menyusun strategi pemasaran terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee.

1.7 Sistematika Penelitian

Penelitian ini terdiri dari cover, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dalam sistematis untuk mempermudah bagi para pembaca dalam memahami penulisan dalam penelitian ini masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan peneliti, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Bab kedua menjelaskan tentang hal-hal yang mendasari penelitian ini yang terdiri dari teori-teori ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan permasalahan dalam penelitian ini hasil-hasil penelitian terdahulu serta hipotesis penelitian yang memberikan gambaran yang akan diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, sampel kuisioner yang diteliti, jenis dan sumber data yang akan dipakai pengumpulan data serta metode analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam hal ini membahas tentang deskripsi gambaran umum *e-commerce* shopee dan memberikan jawaban serta penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis yang di dapatkan oleh peneliti.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini memaparkan kesimpulan yang di dapat dari hasil penelitian penulis pada bab ini jua menyebutkan inti sari dari penelitian yang telah penulis lakukan beserta saran dan masukan kepada penulis.