

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia perkembangan penggunaan internet semakin mengalami peningkatan. Internet digunakan oleh berbagai kalangan seperti pelajar, mahasiswa, karyawan dan sebagainya. Internet digunakan untuk mencari informasi, berkomunikasi, transaksi jual beli dan sebagai sarana mencari hiburan. Terlebih dikarenakan pandemi *Covid-19* meluas di Indonesia, pemerintah membuat kebijakan-kebijakan untuk melakukan pekerjaan dari rumah. Kebijakan pemerintah mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan di berbagai daerah mengubah perilaku masyarakat dalam menggunakan internet. Salah satu perubahan perilaku masyarakat adalah melakukan transaksi daring atau belanja *online*.

Menurut *Analytic Data Advertising (ADA)*, aktivitas belanja *online* naik 400% sejak Maret 2020 akibat pandemi *Covid-19*. Bank Indonesia (BI) mencatat, transaksi pembelian lewat *e-commerce* pada bulan Maret 2020 mencapai 98,3 juta transaksi. Angka itu meningkat 18,1% dibanding dengan Februari. Tak hanya itu, total nilai transaksi *e-commerce* pun meningkat 9,9% menjadi Rp 20,7 triliun dari bulan Februari 2020 [1]. Peningkatan aktivitas belanja *online* juga dipengaruhi oleh kemudahan dalam melakukan transaksi virtual dalam berbelanja, seperti *cash on delivery (COD)*, *e-wallet*, rekening bersama, transfer, dan kartu kredit yang menyebabkan semakin banyak orang yang melakukan transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*).

*E-commerce* merupakan arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya [2]. Salah satu kegunaan *e-commerce* adalah sebagai layanan yang menawarkan produk di toko *online*. *E-commerce* yang berkembang di Indonesia salah satunya adalah Shopee Indonesia. Shopee Indonesia mulai beroperasi pada tahun 2015 yang digunakan untuk melakukan transaksi berbelanja dan pembayaran secara *online*. Shopee bisa diakses melalui *mobile* ataupun dengan mengunjungi situs web. Produk-produk yang ditawarkan Shopee sangatlah beragam, seperti produk *fashion*, elektronik, makanan dan minuman, produk kecantikan dan berbagai produk kesehatan.

Loyalitas merupakan bentuk kesetiaan konsumen pada suatu merek tertentu, bahkan loyalitas dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian berulang yang konsisten dalam jenjang waktu tertentu [3]. Loyalitas pelanggan perlu dibangun karena pelanggan adalah salah satu aset dalam pencapaian tujuan perusahaan. Pelanggan yang loyal akan merekomendasikan, memberikan ulasan dan memberikan testimoni yang baik tentang produk atau jasa langganannya kepada orang lain. Mempertahankan loyalitas pelanggan akan mampu meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan serta akan bermanfaat pada perkembangan perusahaan jangka panjang.

Berdasarkan hasil prasarvei terhadap mahasiswa yang menggunakan e-commerce Shopee di STIE Mikroskil, secara umum kondisi loyalitas pelanggan sudah baik. Hal ini karena Shopee adalah salah satu *e-commerce* yang mudah, aman, menyenangkan dan praktis dalam jual beli. Tetapi masih ada mahasiswa yang menyatakan tidak akan kembali bertransaksi di Shopee karena barang yang sampai tidak sesuai dengan ekspektasi serta mengatakan bahwa mereka tidak membutuhkan pertimbangan yang besar untuk beralih ketoko online lain dikarenakan masih terdapat toko online lain yang juga memberikan penawaran menarik seperti diskon dan gratis ongkir.

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang maupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan [4]. Ketika perusahaan mampu memenuhi ekspektasi konsumen maka konsumen tersebut akan merasa puas dan sebaliknya, konsumen akan merasa kecewa ketika perusahaan tidak mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Kepuasan pelanggan perlu dibangun untuk menciptakan rasa aman dan percaya sehingga konsumen akan tertarik untuk terus melakukan transaksi dan pembelian secara berulang sehingga mampu membangun loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

Nadifatul [5] menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh tersebut menandakan bahwa semakin baik kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat. Sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan, maka semakin rendah pula loyalitas pelanggan.

Okla, Tri Kurniawati dan Rose [6] menemukan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan. Diketahui kepuasan pelanggan sebanyak 60% dipengaruhi oleh harga dan kualitas layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil prasarvei terhadap mahasiswa yang menggunakan *e-commerce* Shopee di STIE Mikroskil, secara umum kondisi kepuasan pelanggan sudah baik. Shopee memberikan banyak pelayanan bagi pelanggannya mulai dari fitur chat dengan penjual serta memberikan pelayanan pengiriman barang yang beragam seperti kurir JNE, J&T, Sicepat hingga Shopee Express. Hal ini untuk memberikan kemudahan bagi pelanggannya dalam proses pengiriman barang. Namun, masih ada mahasiswa yang belum merasa puas karena adanya keterlambatan informasi lokasi barang di Shopee.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya [7]. Harga dapat menentukan kesepakatan dan keputusan dalam melakukan transaksi pembelian. Konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk ketika manfaat yang dirasakan sama atau lebih besar dengan harga yang sudah dikeluarkan. Jika manfaat yang dirasakan konsumen lebih kecil dari uang yang sudah dikeluarkan, konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal sehingga konsumen akan ragu dalam melakukan pembelian ulang.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nazilatul dan Nuridin [8] menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Walaupun harga produk mengalami kenaikan, namun pelanggan tetap loyal karena kualitas produk serta manfaat dari produknya yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Tetapi, berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Okla Hanifa dkk [6], yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menyatakan bahwa hambatan pindah yang rendah membuat pelanggan tidak loyal dari segi harga sehingga pelanggan tidak merasa rugi jika berpindah ke penyedia jasa lainnya.

Berdasarkan hasil prasarvei terhadap mahasiswa yang menggunakan *e-commerce* Shopee di STIE Mikroskil, secara keseluruhan Shopee memiliki harga yang bervariasi serta memiliki penawaran menarik berupa promo dan diskon.

Penawaran promo dan diskon di Shopee seperti *flash sale*, *late night sale*, *cashback*, hingga goyang Shopee. Selain promo dan diskon, Shopee juga memberikan voucher gratis ongkir Xtra kepada setiap konsumen dengan minimal jumlah pembelian tertentu. Voucher Gratis Ongkir Xtra ini menjadi salah satu layanan yang diberikan oleh Shopee agar konsumen dapat melakukan pembelian tanpa harus membayar biaya pengiriman lagi.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan [7]. Berdasarkan data peringkat dan ulasan aplikasi Shopee pada *Google playstore*, masih banyak pengguna yang memberikan keluhan dan komentar negatif. Keluhan-keluhan tersebut berupa aplikasi yang lambat, transaksi gagal dan keluhan lain terkait penggunaan aplikasi.

**Niken Jingga**  
★★★★★ 30 September 2020

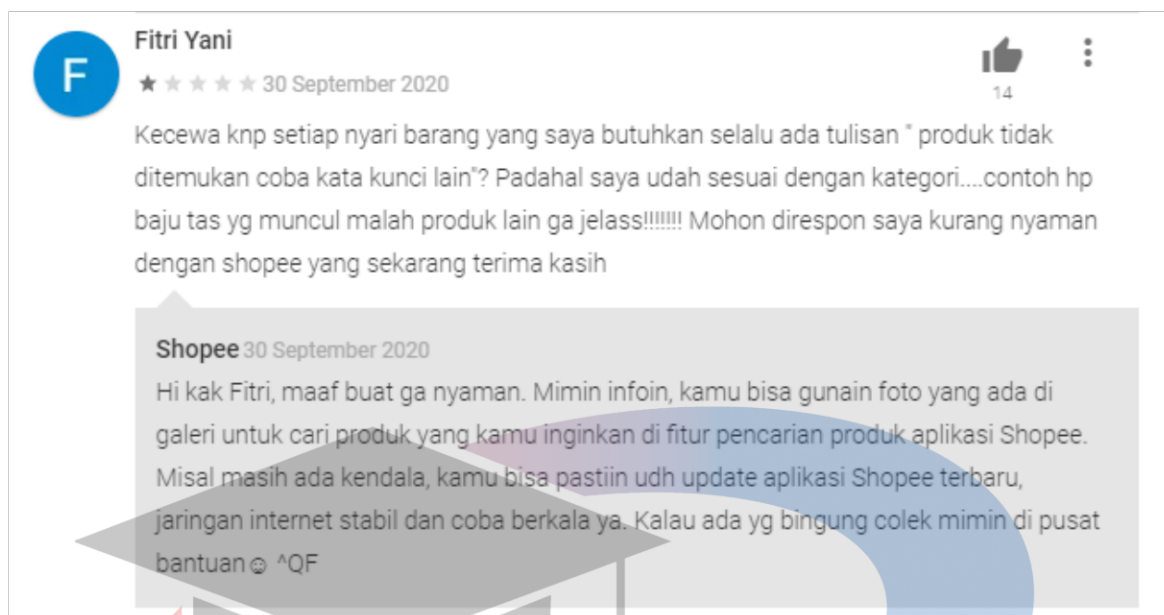
412

Setelah update, sistem pengembalian dana menjadi jauh lebih rumit. Sebelumnya fine saja karena pengembalian dana full dan tidak ada pengalaman buruk, hanya ttng produk yg kurang sesuai. Tetapi sekarang setelah ada forum diskusi dn pengajuan dana yg berulang. Pmbli harus meminta persetujuan penjual, ...

[Ulasan Lengkap](#)

**Shopee** 30 September 2020

Hi kak Niken, maaf banget yah sampe bikin kamu nya kesusahan. Mimin mau infoin untuk pengembalian dana dengan forum diskusi diperlukan agar tim shopee bisa memberikan keputusan terbaik untuk kendala yg kamu alami kak. Kalo kamu msh bingung, yuk chat DM sosmed shopee nya biar nnt mimin bantu jelasin yah. Stay healthy :) ^BR



**Gambar 1. 1 Contoh Review Negatif pada Shopee**

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa Shopee masih belum maksimal dalam kualitas pelayanannya sehingga mengakibatkan banyak keluhan dan komentar negatif terkait aplikasi dan transaksi yang dilakukan konsumen. Walaupun pihak Shopee selalu membalas dan memberikan tanggapan terhadap keluhan konsumen, tetapi keluhan yang sama masih tetap terjadi pada konsumen lain. Hal ini membuktikan bahwa Shopee masih belum bisa mengatasi kendala-kendala konsumennya.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nazilatul dan Nuridin [8] menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan botol minum herbalife pada *online shop* di Pondok Gede Barat Bekasi. Kehandalan karyawan serta daya tanggap perusahaan dalam mengirimkan pesanan secepat mungkin ternyata mampu membangun loyalitas pelanggannya. Artinya perusahaan memperhatikan penuh kebutuhan para pelanggannya. Tetapi, berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imelda Sitinjak [9], bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan menjadi perhatian pelanggan dalam memenuhi kepuasannya, tetapi lebih kepada faktor harga.

Berdasarkan hasil prasarvei terhadap mahasiswa yang menggunakan e-commerce Shopee di STIE Mikroskil bahwa Shopee masih memiliki kelemahan dalam kualitas pelayanannya. Ada beberapa mahasiswa yang mengatakan bahwa

Shopee tidak memberikan fasilitas asuransi untuk produk yang dikirimkan. Adapun keluhan-keluhan terkait fasilitas asuransi adalah adanya kerusakan produk, barang yang salah kirim hingga barang yang tidak sampai kepada konsumen. Selain itu, Shopee tidak merespon keluhan dengan cepat sehingga masih ada yang belum merasa puas dengan pelayanan Shopee.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Commerce* Shopee dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening” (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Mikroskil).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee melalui kepuasan pelanggan?
7. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee melalui kepuasan pelanggan?

### 1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada mahasiswa STIE Mikroskil Medan.

1. Variabel Independen : Harga ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )
2. Variabel Dependen : Loyalitas Pelanggan ( $Y$ )
3. Variabel Intervening : Kepuasan Pelanggan ( $Z$ )
4. Objek Penelitian : Shopee
5. Subjek Penelitian : Mahasiswa STIE Mikroskil Medan

Objek penelitian adalah apa yang akan diselidiki selama kegiatan penelitian, sedangkan subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi dan kondisi latar penelitian [10].

### 1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Shopee.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Shopee.

## 1.5 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran, khususnya tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan manfaat bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan harga sehingga mampu mengembangkan inovasi-inovasi baru dan mempertahankan keunggulan dimasa yang akan datang.

## 1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Putu Ayu Desi Trisnadewi Darmawan dan Ni Wayan Ekawati (2017) dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Berbelanja pada *Florist Online* di Denpasar” [11].

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian sebelumnya adalah menggunakan variabel harga, loyalitas dan kepuasan konsumen, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel harga, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Peneliti menambahkan variabel kualitas pelayanan karena terdapat penelitian terdahulu memberikan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan [9]. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti variabel kualitas pelayanan.

### 2. Objek

Penelitian sebelumnya adalah situs *Florist Online*, sedangkan penelitian ini mengambil *e-commerce* Shopee.