

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena belanja *online* telah menjadi tren di kalangan kaum milenial. Hal tersebut terbukti bahwa lebih dari 1,6 miliar orang di seluruh dunia melakukan pembelian suatu produk melalui toko *online* atau *e-commerce*, dengan nilai transaksi mencapai 1,90 triliun dolar pada tahun 2016 (Statista, 2017). Aktivitas jual beli secara online dipandang menarik karena jual beli secara *offline* membutuhkan waktu yang tidak fleksibel, tempat untuk bertemu penjual dan pembeli, tersedianya barang di lokasi penjualan, dan metode transaksi yang terlihat kaku. Berbeda dengan jual beli *offline*, jual beli *online* membuat segalanya terlihat lebih sederhana karena penjual dan pembeli tidak perlu bertemu, ketersediaan barang yang tersebar luas, dan transaksi jual beli yang tidak terbatas oleh waktu (Wilson dan Chirstella, 2019). Popularitas jual beli *online* menjelaskan begitu banyak keuntungan yang bisa didapatkan oleh pihak penjual dan pembeli. Berbagai kemudahan dan keuntungan dalam melakukan jual beli *online* membuat penjual lebih efektif dalam melakukan penjualan, sedangkan pembeli merasa diuntungkan sehingga meningkatkan keinginan untuk melakukan transaksi jual beli secara berulang – ulang (Wilson, Keni, dan Tan, 2019).

Keunggulan yang ditawarkan dalam belanja online memicu setiap penjual untuk mempertahankan eksistensinya dalam berjualan online. Hal tersebut dikarenakan karena jika penjual tidak mengatur segala kemungkinan yang

terjadi seperti keamanan dan kualitas website, maka bukan hal yang tidak mungkin jika penjualan akan menurun atau pembeli memilih untuk membeli di toko lainnya. E-Wom, keamanan, dan kualitas desain website menjadi tolak ukur bagi keberhasilan penjual dalam menarik niat beli ulang konsumen dalam berbelanja online. Dengan adanya ulasan konsumen, keamanan yang baik, serta desain website yang menarik, maka menjadi alasan utama mengapa konsumen membeli produk secara online.

Pengalaman yang diceritakan oleh konsumen dari hasil transaksi pembelian secara *online* biasanya juga terkoneksi dengan *social media* seperti facebook.com dan blog sehingga terjadi diskusi *online* yang berskala besar. Hasil diskusi dan pengalaman tersebut dipercayai sebagai hasil pengalaman yang jujur dari konsumen terdahulu dan secara tidak langsung akan menjadi acuan bagi konsumen lainnya dalam melakukan pembelian ulang secara online (Kudeshia dan Kumar, 2016).

Semakin banyaknya transaksi jual beli secara *online*, platform jual beli *online* juga dituntut untuk selalu memberikan inovasi terbaru termasuk masalah keamanan. Keamanan yang baik dari sebuah platform atau *website e-commerce* dapat menuntun konsumen agar konsumen tersebut bisa dengan nyaman berbelanja *online*. Keamanan juga memberikan rasa aman kepada konsumen dalam berbelanja. Selama konsumen masih merasa aman dan nyaman dalam berbelanja, maka sangat memungkinkan bagi konsumen untuk Kembali melakukan pembelian atau transaksi jual beli di *platform* atau *website e-commerce* yang telah mereka percayai (Larasetiati dan Ali, 2019).

Minat beli secara *online* juga dipengaruhi oleh bagaimana kualitas desain dari sebuah *website* dan *platform e-commerce* (Wilson, Keni, dan Tan, 2019). Pada generasi sekarang, selain keamanan, kaum milenial juga tertarik melakukan transaksi pembelian secara *online* dikarenakan desain *website e-commerce* yang mereka gunakan sangat nyaman untuk dipandang. Kualitas desain sebuah *website* dan *platform e-commerce* diklasifikasikan menjadi beberapa bagian seperti desain yang menarik, memiliki navigasi yang mudah ditemukan sehingga konsumen dengan mudah mengeksplorasi *website dan platform e-commerce*, dan mudah digunakan. Semakin pengguna menggunakan dan mengeksplorasi *website e-commerce*, maka semakin besar juga kemungkinan pengunjung *website* akan melakukan transaksi jual beli (Zhou dan Wang, 2009).

Penelitian ini mengangkat tentang apakah ada pengaruh antara kualitas desain *website*, tingkat keamanan, dan e-WOM terhadap niat beli ulang secara *online* pada kalangan kaum milenial. Penelitian ini merupakan modifikasi dari dua penelitian terdahulu. Penelitian pertama dilakukan oleh Tandon, Aakash, dan Aggrawal (2020) yang menunjukkan bahwa e-WOM dan kualitas *desain website* berpengaruh terhadap minat beli ulang. Penelitian dilakukan di India dengan melibatkan orang yang telah melakukan pembelian *online*. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Larasetiati dan Ali (2019) dengan objek para pengguna aplikasi tiket.com sebagai salah satu platform jual beli *online* di bidang pariwisata. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kewanaman menjadi bagian penting dalam melakukan pembelian ulang secara *online*.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka dapat ditemukan bahwa *Gap* penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah objek penelitian. Penelitian ini mengambil objek kaum milenial sedangkan penelitian sebelumnya mengambil objek dengan latar belakang kaum secara umum. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh E-Wom, Keamanan, Dan Kualitas Desain Website Pada Kaum Milenial Dalam Melakukan Niat Beli Ulang Dalam Berbelanja Online”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut.

1. Apakah e-WOM berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang dalam berbelanja *online* pada kalangan milenial?
2. Apakah keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang dalam berbelanja *online* pada kalangan milenial?
3. Apakah kualitas desain *website* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang dalam berbelanja *online* pada kalangan milenial?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dengan adanya penelitian tentang niat beli ulang ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis e-WOM berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang dalam berbelanja *online* pada kaum milenial.

2. Untuk menganalisis keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang dalam berbelanja *online* pada kaum milenial.

Untuk menganalisis kualitas desain *website* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang dalam berbelanja *online* pada kaum milenial.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi serta masukan untuk penelitian-penelitian yang selanjutnya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat mendukung dan memberikan bukti empiris terkait dengan teori-teori yang berkaitan dengan e-WOM, Kualitas desain *Website*, Keamanan serta niat beli ulang pada konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan kepada vendor atau penyedia layanan belanja *online* sehingga mampu meningkatkan tingkat penjualannya.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan juga mampu untuk memberikan pengetahuan serta memberikan pertimbangan kepada konsumen, khususnya kalangan milenial dalam berbelanja *online* senantiasa memperhatikan faktor keamanan, e-WOM, dan kualitas *website*.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini agar mudah dipahami, maka dibuat sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan pengaruh keamanan, ketersediaan informasi dan kepercayaan terhadap niat beli ulang dengan dimediasi kepuasan konsumen, pengembangan hipotesis serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran data, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil penelitian dengan melakukan analisis data dan pembahasan. Pembahasan meliputi karakteristik responden, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian serta saran-saran yang perlu diajukan penulis sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN