BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hasil riset Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI) pada 2021 mencatat bahwa sebesar 42,1% konsumen toko online melaporkan peningkatan pengeluaran saat pandemi. Selain itu, menurut catatan BI, dalam periode Mei 2021 hingga Desember 2021, nominal transaksi produk lewat e-commerce marketplace tumbuh 49,52% year on year (yoy) dibandingkan pertumbuhan pada periode yang sama tahun sebelumnya (Astutik, 2021).

Peningkatan belanja selama pandemi mengindikasikan bahwa konsumen masih tetap memiliki kemampuan berbelanja sehingga secara otomatis juga menjadi sinyal positif bagi para penjual. Bagi penjual, kesempatan ini tentunya tidak boleh terlewat, terlebih saat ini terdapat isu akan terjadi penurunan belanja konsumen jika pandemic COVID-19 tidak kunjung mereda. Hal tersebut memaksa penjual untuk bisa menggali strategi penjualan yang baik (Catriana, 2021).

Menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam membangun strategi penjualan yang baik (Amin, 2015). Meningkatnya loyalitas pelanggan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai oleh suatu penjual dalam mempertahankan pelanggannya dari serbuan perusahaan pesaing sejenis. Loyalitas pelanggan merupakan akibat dari suatu percobaan

awal sebuah produk yang diperkuat melalui kepuasan sehingga akan mengarah pada pembelian ulang. Pembelian ulang oleh konsumen tentu saja akan meningkatkan volume penjualan yang berarti akan meningkatkan laba perusahaan (Putri dan Utomo, 2017). Selain itu, ketika konsumen sudah loyal terhadap suatu produk, maka konsumen tersebut tidak akan terlalu sensitive terhadap harga (Bowen dan Chen McCain, 2015).

Loyalitas pelanggan muncul karena adanya rasa puas yang muncul dari konsumen (Shankar dan Jebarajakirthy, 2018). Perasaan puas muncul dari intrinsik seseorang karena telah mendapatkan suatu pengalaman yang sesuai dengan apa yang telah diharapkan sebelumnya (Su dan Tong, 2016).

Salah satu faktor penentu kepuasan konsumen dalam berbelanja online adalah efisiensi dan keamanan web (Parasuraman, 2005). Efisiensi web berkaitan erat dengan sebagaimana konsumen mampu dengan mudah dan cepat dalam memahami struktur dari web yang konsumen kunjungi. Ketika konsumen tidak mampu mengakses beberapa menu dalam web dengan mudah, waktu tunggu web sangant lambat, dan ketersediaan informasi struktur web yang tidak jelas, maka sangat memungkinkan bagi konsumen untuk tidak akan menggunakan fasilitas dari web tersebut (Kemeny, Simon, Nagy, dan Szucs, 2016). Hal yang sama juga terjadi pada keamanan dari suatu website. Dalam bertransaksi, konsumen membutuhkan keamanan data. Hal tersebut berarti bahwa dalam melakukan pengisian data, penjual bisa memastikan bahwa data yang diberikan adalah aman dan tidak tersebar ke pengguna lainnya. Dalam system pembayaran, konsumen juga akan sangat

senang jika penjual memastikan kartu pembayaran (debit/kredit) dapat di rahasiakan dengan baik (Chusnah dan Indriana, 2021). Kualitas efisiensi web dan keamanan web yang baik akan meningkatkan rasa puas bagi konsumen sehingga sangat memungkinkan bagi konsumen untuk merekomendasikan produk tersebut bagi calon konsumen lainnya (Iqbal, Hassan, dan Habibah, 2018).

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Ju, Back, Choi, dan Lee (2018) meneliti tentang pengaruh efisiensi web terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa efisiensi web berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Amin (2015) meneliti pengaruh efisiensi web terhadap loyalitas konsumen dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa efisiensi web berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, serta kepuasan konsumen memediasi pengaruh efisiensi web terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan Iqbal, Hassan, dan Habibah (2018) meneliti peran kepuasan konsumen sebagai mediasi antara keamanan web dan loyalitas konsumen. Dari hasil penelitian tersebut, maka disimpulkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Selain itu kepuasan konsumen terbukti memediasi pengaruh keamanan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini adalah modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Khan, Zubair, dan Malik (2019). Penelitian tersebut meneliti pengaruh dimensi E-Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan Loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa dimensi E-Kualitas

Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang ini adalah subyek penelitian yang di teliti. Pada penelitian sebelumnya, penelitian dengan melibatkan 298 responden dari Pakistan yang pernah melakukan belanja online, sedangkan penelitian ini melibatkan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang pernah melakukan belanja online minimal satu kali dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Sedangkan pada penelitian ini, variable kepuasan konsumen diprediksi sebagai variable yang memediasi terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis mengajukan penelitian dengan judul "***Pengaruh Efisiensi Dan Keamanan Web Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediating*****".**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh efisiensi web terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah ada pengaruh efisiensi web terhadap loyalitas Konsumen?
3. Apakah ada pengaruh keamanan web terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah ada pengaruh keamanan web terhadap loyalitas Konsumen?
5. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas Konsumen?

6. Apakah kepuasan konsumen memediating pengaruh efisiensi terhadap loyalitas konsumen?
7. Apakah kepuasan konsumen memediating pengaruh keamanan web terhadap loyalitas konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh efisiensi web terhadap kepuasan konsumen .
2. Untuk menganalisis pengaruh efisiensi web terhadap loyalitas konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh keamanan web terhadap kepuasan Konsumen.
4. Untuk menganalisis pengaruh keamanan web terhadap loyalitas Konsumen
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas Konsumen .
6. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel mediating antara efisiensi web terhadap loyalitas Konsumen .
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel mediating antara keamanan web pada terhadap loyalitas Konsumen .

D. Manfaat Peneltian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi serta masukan untuk penelitian-penelitian yang selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat mendukung dan memberikan bukti empiris terkait dengan teori-teori yang berkaitan dengan efisiensi web, keamanan web, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai masukan dan bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam meningkatkan efisiensi web, keamanan web, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

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 dana

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