

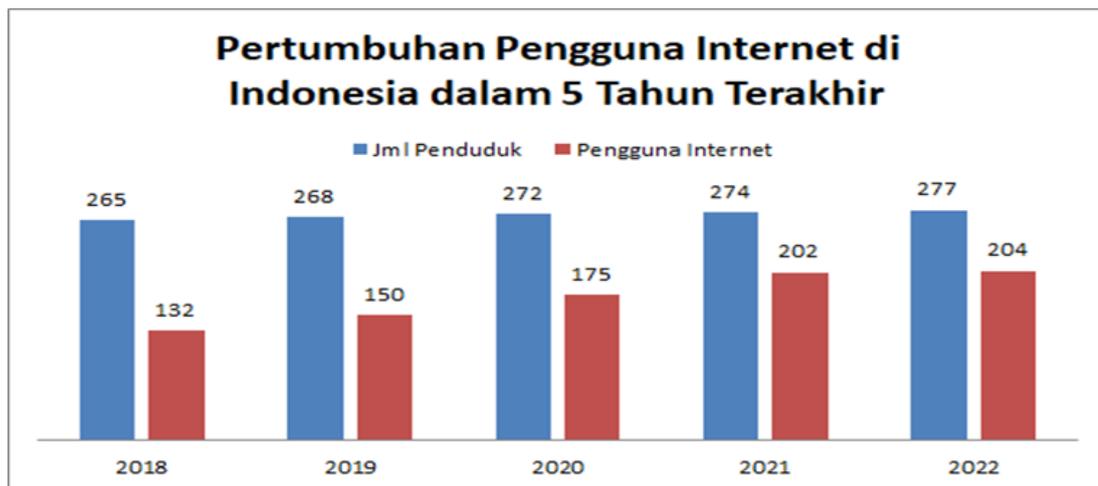
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya teknologi dan gaya hidup masyarakat terus berkembang, memberikan insentif bagi masyarakat untuk berkembang lebih jauh. Perkembangan teknologi ini akan mempengaruhinya masyarakat secara sosial, budaya, ekonomi dan politik. Peningkatan Teknologi ini, terutama Internet, adalah mempengaruhi perubahan gaya hidup secara umum. Internet adalah jaringan yang saling berhubungan komputer yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi tentang situs yang tersedia di Internet. Orang-orang semakin sadar manfaat yang diberikan oleh internet dan kemudahan yang ditawarkannya, mendorong seseorang untuk latar belakang internet untuk menemukannya peluang dalam sebuah bisnis. Setiap tahun, Internet menjadi lebih populer dan telah membawa banyak perubahan pada gaya hidup masyarakat (Frank et al., 2019).

Pengguna internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Demikian disampaikan Muhammad Arif, Presiden Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada Indonesia Digital Outlook 2022 yang digelar di The Westin Jakarta. Jumlah pengguna internet di Indonesia cukup besar. Dilihat dari jumlah pengguna internet di Indonesia per tahun. Peningkatan ini disebabkan oleh pertumbuhan penduduk sebesar per tahun (Paiola & Gebauer, 2020). Dari data pada Gambar 1.1, kita dapat melihat bahwa ada peningkatan pengguna internet di Indonesia selama periode 2018-2022.



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Penggun Internet di Indonesia dalam 5 tahun Terakhir

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Dari data pengguna internet di atas, kita dapat melihat bahwa mayoritas penduduk Indonesia telah menggunakan internet selama hidup mereka. Peluang bisnis bisa dibuka. Contoh peluang bisnis internet adalah jual beli online. Tidak dapat disangkal bahwa dunia perdagangan saat ini telah berubah dari tradisionalnya sistem perdagangan. Sistem perdagangan yang sebelumnya mengharuskan pedagang dan pembeli untuk bertemu langsung di lokasi yang sama menjadi lebih mudah hanya dengan media yang terhubung dengan internet dan tidak perlu bertatap muka. Hal ini tentu sangat menguntungkan baik bagi penjual maupun pembeli. Internet juga merupakan bentuk penjualan langsung yang sangat efektif, menguntungkan konsumen dalam bentuk penghematan waktu, pembelian energi, dan transaksi yang dapat diselesaikan di mana saja. Baru-baru ini, bisnis toko online adalah salah satu bisnis yang paling populer, dan pertumbuhannya sangat cepat. Toko online adalah alat komunikasi

elektronik atau metode belanja yang dapat diakses melalui jaringan atau media sosial yang digunakan dalam transaksi penjualan (N. I. Ali et al., 2017).

E-commerce, sering dikenal sebagai perdagangan elektronik, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas-tugas komersial. E-commerce didefinisikan sebagai pengenalan, penawaran, pembelian, dan penjualan barang dengan memanfaatkan web browser di komputer dan internet (Saeed, 2023a). Manfaat *e-commerce* termasuk kemampuan bisnis untuk mengendalikan pasar global. Karena teknologi digital, bisnis dapat dilakukan tanpa melintasi batas internasional. Biaya yang terkait dengan operasi dapat dikurangi sebagian. Merampingkan prosedur pemrosesan dan menurunkan kemungkinan kesalahan manusia. Kurangi penggunaan kertas dalam semua tugas yang berhubungan dengan pekerjaan, termasuk merancang, memproduksi, mengirim, dan memasarkan McLeod (2008) dalam (Maulana et al., 2015).

Perkembangan bisnis e-commerce ditopang oleh peningkatan produktivitas dalam industri yang menawarkan berbagai macam produk yang dijual melalui Internet (toko online). Popularitas toko jual beli melalui Internet ini (toko online) tidak harus besar. Yang anda butuhkan hanyalah gambar produk dan akses internet untuk menjalankan toko. Belanja yang sebelumnya hanya dilakukan di toko fisik, kini bisa dilakukan secara online. Orang sering mencari kebutuhan sehari-hari dengan cepat dan praktis. Berdasarkan istilah belanja online atau online shopping mengacu pada jual beli melalui sistem yang terhubung dengan media online. Di Indonesia sudah banyak diterapkan sistem

belanja online seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bli-bli, dan sistem perdagangan diterapkan pada semua produk. Proses jual beli yang tadinya dilakukan secara tatap muka kini tinggal klik dari gadget yang terpasang terhubung ke Internet. Pemilihan produk dapat dilakukan secara online di rumah atau di kantor, memungkinkan pembelian berjam-jam tanpa harus keluar rumah. Hal inilah yang membuat daya tarik masyarakat dengan kehadirannya berbagai layanan untuk membantu masyarakat (Suci Wahyuni et al., 2020).

Shopee merupakan situs belanja online nomor satu di Indonesia. Shopee merupakan anak perusahaan dari Sea Group, yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 di Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Sea Group juga memiliki misi untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen dan pengusaha menjadi lebih baik dengan teknologi. Target audience Shopee adalah anak muda yang sering menggunakan perangkat, termasuk belanja. Karena itu, Shopee menyediakan fungsionalitas dalam bentuk aplikasi seluler untuk membuat belanja lebih mudah dan cepat (Chong & Ali, 2022).

Dalam penerapannya e-commerce selalu terhubung dengan situs web, situs web atau website merupakan kumpulan informasi yang terdiri dari halaman web yang saling terhubung satu sama lain yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau pun organisasi (Rochmawati, 2019). Situs web harus memperhatikan tampilan dari websitenya karena itu adalah hal pertama yang akan dilihat pengguna dan dapat mempengaruhi pengalamannya. Desain situs web yang baik adalah yang mudah dimengerti dan menampilkan informasi yang jelas. Antarmuka yang buruk berpengaruh terhadap pengguna

(user) dalam produktivitas atau pengalaman mengunjungi sebuah situs web (Indarwati et al., 2023).

Kemudian dalam penggunaan *e-commerce*, pengguna harus memiliki akun untuk melakukan transaksi. Di dalam akun sendiri berisi biodata, alamat, dan informasi mengenai pengguna yang sifatnya privasi. Maka dari itu pihak *e-commerce* harus bisa memberikan jaminan perlindungan akun bagi penggunanya. Ketika pihak *e-commerce* mampu memberikan perlindungan akun, maka kepercayaan dan loyalitas pengguna akan tumbuh. Dan itu akan berdampak pada produktivitas pengguna dalam bertransaksi. Menurut penelitian yang dilakukan (Mauliza et al., 2022) mendapatkan hasil bahwa perlindungan data dan *cyber security* mempengaruhi tingkat kepercayaan menggunakan *fintech* secara signifikan.

Selain itu bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak *e-commerce*, kualitas biasanya berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain atau suatu pelayanan yang mungkin diberikan kepada pihak ketiga, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak memberikan kepemilikan (Kotler & Keller, 2016). Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Mahanani, 2010). Kualitas pelayanan menjadi suatu pernyataan tentang sikap, bagaimana hubungan antara harapan dengan kinerja. Sehingga ketika pelanggan mendapat pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan

akan tercipta. Dengan kualitas pelayanan yang baik artinya pihak *e-commerce* mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Kotler & Keller, 2016). Sehingga ketika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka bisa dikatakan layanan yang diberikan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari harapan, maka bisa dikatakan layanan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan (Handoko, 2017). Maka dari itu kepuasan pelanggan erat hubungannya dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan akan menciptakan loyalitas dan akan melakukan pembelian ulang.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Handoko, 2017) mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Mahanani, 2010) juga mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Ibrahim & Thawil, 2019) mendapatkan hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan, namun kualitas pelayanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rita et al., 2019a) hasil analisisnya menunjukkan bahwa tiga dimensi dari kualitas layanan elektronik, yaitu desain situs web, keamanan atau privasi, dan pemenuhan mempengaruhi kualitas pelayanan elektronik secara keseluruhan. Sementara itu, pelayanan pelanggan

tidak berhubungan secara signifikan dengan kualitas pelayanan elektronik secara keseluruhan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Thi Hoai Nhung & Ngan, 2022) menjelaskan bahwa desain situs web, pemenuhan kebutuhan dan pelayanan pelanggan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.

Sesuai dengan uraian yang diberikan di atas, serta adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu. Maka peneliti mempertimbangkan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Desain Situs Web, Pelayanan Pelanggan, Perlindungan Akun, Dan Pemenuhan Kebutuhan Terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Mediasi Aplikasi Shopee”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah Desain Situs Web berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan?
2. Apakah Pelayanan Pelanggan berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan?
3. Apakah Perlindungan Akun berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan?
4. Apakah Pemenuhan Kebutuhan berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan?
5. Apakah Desain Situs Web berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
6. Apakah Pelayanan Pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan?
7. Apakah Perlindungan Akun berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
8. Apakah Pemenuhan Kebutuhan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
9. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?

10. Apakah Kualitas Pelayanan memediasi Desain Situs Web terhadap Kepuasan Pelanggan?
11. Apakah Kualitas Pelayanan memediasi Pelayanan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan?
12. Apakah Kualitas Pelayanan memediasi Perlindungan Akun terhadap Kepuasan Pelanggan?
13. Apakah Kualitas Pelayanan memediasi Pemenuhan Kebutuhan terhadap Kepuasan Pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Desain Situs Web terhadap Kualitas Pelayanan.
2. Untuk menganalisis pengaruh Pelayanan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan?
3. Untuk menganalisis pengaruh Perlindungan Akun terhadap Kualitas Pelayanan?
4. Untuk menganalisis pengaruh Pemenuhan Kebutuhan terhadap Kualitas Pelayanan?
5. Untuk menganalisis pengaruh Desain Situs Web terhadap Kepuasan Pelanggan?
6. Untuk menganalisis pengaruh Pelayanan Pelanggan terhadap Kepuasan pelanggan?

7. Untuk menganalisis pengaruh Perlindungan Akun terhadap Kepuasan Pelanggan?
8. Untuk menganalisis pengaruh Pemenuhan Kebutuhan terhadap Kepuasan Pelanggan?
9. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
10. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dalam memediasi hubungan Desain Situs Web terhadap Kepuasan Pelanggan?
11. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dalam memediasi hubungan Pelayanan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan?
12. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dalam memediasi hubungan Perlindungan Akun terhadap Kepuasan Pelanggan?
13. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dalam memediasi hubungan Pemenuhan Kebutuhan terhadap Kepuasan Pelanggan?

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Temuan penelitian diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang perdagangan internet bagi mahasiswa dan masyarakat. Bersamaan dengan mengungkapkan seberapa besar pengaruh desain situs web, pelayanan pelanggan, perlindungan akun, dan pemenuhan tuntutan kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan saat menggunakan sistem e-commerce.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi mahasiswa

Berkontribusi pada pengembangan teori dan pengetahuan. Dengan mengintegrasikan desain situs web, pelayanan pelanggan, perlindungan akun, dan pemenuhan kebutuhan terhadap kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan.

b. Bagi pembaca

Memberikan pengetahuan tentang desain situs web, pelayanan pelanggan, perlindungan akun, pemenuhan kebutuhan, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, yang akan terjadi saat melakukan pembelian online.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan pemahaman yang jelas kepada pembaca tentang substansi dan tujuan skripsi, penulisan skripsi mengumpulkan skripsi dengan memecahnya menjadi lima bagian. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam menyusun skripsi:

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan Penelitian

D. Manfaat Penelitian

E. Sistematika Penulisan

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Teori
- B. Penelitian Terdahulu
- C. Perumusan Hipotesis
- D. Kerangka Penelitian

BAB III: METODE PENELITIAN

- A. Jenis atau Pendekatan Penelitian
- B. Populasi dan Sampel
- C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel
- D. Data dan Sumber Data
- E. Metode Pengumpulan Data
- F. Analisis Data

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Objek Penelitian
- B. Hasil Analisis

BAB V: PENUTUP

- A. Simpulan
- B. Keterbatasan Penelitian
- C. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN