

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Banyak pengguna internet Indonesia kini aktif dalam melakukan transaksi jual/beli produk dan layanan secara online. Di negara Indonesia banyak yang menggunakan layanan *e-commerce* untuk membeli barang akhir-akhir ini persentasenya mencapai 88,1%. Penghitungan itu adalah hasil survei dari *We Are Social* saat April 2021. (Lidwina, 2021).

Perkembangan smartphone juga membantu kita menjadi lebih mudah untuk mengakses apapun seperti ingin berbelanja kebutuhan sehari-hari. 5,56 miliar jam total dari orang Indonesia menggunakannya untuk mengakses aplikasi belanja selama 2021. Total waktu tersebut meningkat sangat signifikan dari 3,65 miliar jam pada 2020 dilihat dari laporan *State of Mobile 2022* (Pahlevi, 2022).

Sekarang sudah banyak aplikasi belanja yang menarik minat para konsumen untuk melakukan kegiatan berbelanja. Contohnya Bukalapak atau Tokopedia yang telah menarik perhatian konsumen belanja nasional 2018. Kebanyakan pengunjung situs jual beli elektronik yang dibangun oleh William Tanuwijaya saat triwulan III tahun ini melebihi 153,6 juta pengunjung setiap

bulan. Nilai tersebut naik 37,8% dari triwulan yang lalu dan meningkat 63,8% dari triwulan III 2017 (databoks, 2018).

Faktor yang meningkatkan minat pembelian adalah kualitas web yang berhubungan dengan bagian operasional belanja online. Walaupun berbelanja online mempunyai banyak keuntungan, kerumitan dalam melakukan dengan mediana adalah web jual beli online, desain web mempunyai efek mudah atau susah untuk pengguna mengaksesnya. Pengakses baru biasanya akan kesulitan dan akan menurunkan minat untuk membelinya karena belum terbiasa bertransaksi online. Perusahaan menggunakan situs web untuk mendekati konsumennya, karena itu desain web bisa membuat naik atau turun minat belanja. (Chen & Dhillon, 2003).

Ada dugaan bahwa konsumen dapat beralih ke e-commerce lain yang menawarkan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen ini mengungkapkan bahwa konsumen dapat bertahan untuk jangka waktu yang lebih lama dengan memberikan mereka harga yang adil atau sesuai dengan keinginan mereka jadi kepuasan pelanggan disebabkan oleh kesesuaian harga yang diberikan kepada konsumen. Membeli produk dan jasa pelanggan harus membayar beberapa harga yang merupakan biaya keuangan bagi pelanggan. Harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk dan jasa. Persepsi harga memainkan peran penting dalam memutuskan dari siapa mendapatkan layanan. Setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginannya sendiri yang berbeda dari yang lain dan faktor ini mempengaruhi sejauh mana mereka ingin membayar barang dan

jasa. Jadi, untuk produk dan layanan yang sama, persepsi harga setiap pelanggan berbeda dari yang lain dan pelanggan yang menganggap harga tinggi dapat mempengaruhi kemungkinan pembelian mereka. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai penentu bahwa berapa banyak barang, layanan, pemeliharaan, dan kelebihan perusahaan mampu memenuhi harapan dari pelanggan. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai macam cara seperti konsumen akan merekomendasikan tokopedia kepada kerabatnya.

Berikut contoh kasus terkait tampilan web e-commerce yang tiap bulan memiliki pengunjung tertinggi di Indonesia saat kuartal I-2021 yaitu Tokopedia. Tokopedia telah mengungguli shopee yang sebelumnya mendapatkan gelar pengunjung tertinggi sejak kuartal IV-2019. Pengunjung tokopedia terhitung hingga 135,1 juta saat triwulan pertama tahun ini. Totalnya naik senilai 17,8% dari 4 bulan sebelumnya senilai 114,7 juta kunjungan. Dibandingkan total pengunjung shopee senilai 127,4 juta saat 4 bulan I-2021. Total tersebut turun 1,47% dari 3 bulan sebelumnya yang senilai 129,3 juta kunjungan (Jayani, 2020).

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dilihat dari uraian latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Web berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Tokopedia?

2. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Tokopedia?
3. Apakah Kualitas Web berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Tokopedia?
4. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di tokopedia?
5. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Tokopedia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dilihat dari rumusan masalah diatas, jadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis / menguji signifikansi pengaruh Kualitas Web terhadap kepuasan konsumen Tokopedia.
2. Untuk menganalisis / menguji signifikansi pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen Tokopedia.
3. Untuk menganalisis / menguji signifikansi pengaruh Kualitas Web terhadap Minat Beli di Tokopedia.
4. Untuk menganalisis / menguji signifikansi pengaruh Harga terhadap Minat Beli di Tokopedia
5. Untuk menganalisis / menguji signifikansi pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli di Tokopedia

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat bagi Pembaca**

Diharapkan penelitian ini dapat membantu untuk mengetahui Kualitas Web dan Harga mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Tokopedia di Surabaya.

### **2. Manfaat bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya**

Memberikan pengembangan pengetahuan yang bermanfaat bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya tentang Pengaruh Kualitas Web dan Harga mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Minat Beli.

### **3. Manfaat bagi Perusahaan**

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan positif dan saran terhadap Tokopedia untuk menjaga Kualitas Web yang memberikan efek besar bagi Kepuasan Konsumen.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Agar mempermudah pembahasan penelitian, jadi penulisan ini dibagi menjadi beberapa bagian pokok pembahasan :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama berisikan latar belakang masalah yang mengungkapkan dasar pemikiran teori dan juga fakta yang ada, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab kedua berisikan gambaran dari hasil penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya adalah penelitian yang diteliti oleh peneliti sebelumnya yang bersangkutan dengan penelitian ini dan menjelaskan teori-teori yang membantu penulisan untuk memberikan pemahaman fenomena yang tercakup di dalam penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Di bab ketiga akan memberikan pengertian mengenai rancangan penelitian ini, batasan penelitian ini, mengidentifikasi variabel, instrumen penelitian ini, populasi & sampel, dan teknik mengambil sampel data, metode mengumpulkan data, uji validitas, reliabilitas instrumen penelitian, dan teknik menganalisis data

## **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari penelitian ini.

## **BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta saran dari penelitian ini.

