

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini teknologi berkembang begitu cepat. Teknologi yang semakin canggih berdampak positif bagi kegiatan bisnis. Teknologi yang semakin canggih membuat orang dapat berbisnis secara *online*. Perkembangan teknologi mengakibatkan munculnya digitalisasi pemasaran, dimana orang dapat melakukan kegiatan bisnis salah satunya yaitu melakukan kegiatan jual beli melalui internet. Azhari & Ardiansah (2022) dalam penelitiannya menyatakan seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan juga harus bisa berinovasi dengan menemukan cara baru dalam melakukan pemasaran khususnya dibidang pemasaran digital.

Salah satu sarana pemasaran digital adalah aplikasi *e-commerce*. E-commerce adalah pendekatan baru dalam dunia bisnis karena transaksi dilakukan dengan memanfaatkan jaringan internet tanpa batasan waktu dan menjangkau lebih banyak wilayah dibandingkan bisnis offline (Pradana, 2015). Wisnu et al., (2022) dalam penelitiannya menyatakan tingkat penggunaan *e-commerce* di Indonesia telah melampaui rata-rata global yang mana hal ini menunjukkan bahwa prospek ekonomi digital di Indonesia semakin menuju ke

arah yang positif. Melalui aplikasi *e-commerce* produk dapat dipasarkan tanpa melihat waktu dan wilayah. Kemajuan teknologi yang semakin canggih membuat tidak sedikit orang tertarik untuk berbelanja secara online karena lebih mudah dan praktis.

Shopee merupakan salah satu contoh perusahaan *e-commerce* terbesar yang ada di Indonesia. Shopee adalah perusahaan asal Singapura yang telah berdiri sejak tahun 2005, dan memasuki Indonesia pada tahun 2015. Sejak awal kedatangannya di Indonesia, pengguna Shopee semakin meningkat. Dilansir dari halaman Ginee terkait sejarah Shopee di Indonesia, total *download* aplikasi Shopee pada aplikasi *Play Store* telah mencapai angka 50 juta. Hal ini membuktikan bahwa Shopee merupakan salah satu aplikasi *e-commerce* yang paling digemari oleh masyarakat.

Bisnis tidak selalu menghadapi keadaan yang sama. Salah satu contohnya yaitu saat ini dunia sedang dilanda oleh pandemi virus *Covid-19* yang mana telah menyebar ke seluruh dunia dan mempengaruhi bisnis-bisnis. Perusahaan yang merasakan dampak pandemi *Covid-19* merasa sulit untuk beradaptasi sehingga mengakibatkan banyak pusat perbelanjaan, restoran, dan industri-industri lainnya yang harus tutup akibat pembatasan sosial berskala besar untuk memutuskan rantai penyebaran virus *Covid-19* tersebut. Hal ini

menyebabkan banyak pelaku industri melakukan penjualan melalui digital *e-commerce* (Lamirin et al., 2021).

Belanja *online* tidak selalu menguntungkan. Banyak hal-hal yang dapat menghambat calon konsumen dalam belanja *online*, seperti rentan akan penipuan, barang yang dipesan tidak sesuai dengan ekspektasi atau berbeda dengan yang dilihat digambar, dan masih banyak lainnya. Hal yang sering ditakuti dalam belanja *online* adalah calon pembeli merasa takut akan adanya penipuan seperti barang tidak dikirim setelah transaksi pembayaran selesai kepada penjual dan takut adanya penyalahgunaan data pribadi bila melakukan transaksi secara online. Pelanggan tidak akan melakukan transaksi bila tidak memiliki rasa aman dan percaya kepada suatu *e-commerce* (Fadhli & Pratiwi, 2021). Kejahatan-kejahatan yang dilakukan dalam transaksi online sudah bukan hal yang baru lagi dalam dunia pemasaran digital *e-commerce*. Sistem keamanan yang ketat sangat dibutuhkan ketika pebisnis ingin melakukan pemasaran digital, dimana sistem keamanan yang ketat akan memudahkan pembeli dan penjual dalam bertransaksi.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam dunia pemasaran. Selain keamanan, (Sulastri Lenny & Dr. H. Juju Undang, SE, MSi, 2021) dalam penelitiannya menyatakan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen karena produk yang ditawarkan akan

membuat konsumen mengungkapkan perasaan senang atau kecewa setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut. Konsumen akan merasa puas apabila keinginannya tercapai dan barang serta pelayanan yang didapatkan sesuai dengan ekspektasinya. Suatu perusahaan mungkin beralasan, produk dan jasa jarang ada yang sempurna dan sulit untuk menyenangkan orang lain. Kepuasan pelanggan memainkan peran yang sangat penting dalam industri (Vildayanti, 2019).

Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi niat konsumen untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain. Konsumen yang merasa puas juga cenderung akan merekomendasikan suatu produk tertentu kepada orang lain (Oliveira et al., 2020). Penting bagi perusahaan untuk memuaskan konsumen jika ingin meningkatkan niat konsumen untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini akan membahas pengaruh dari keamanan, kualitas, kepuasan konsumen, terhadap niat untuk merekomendasikan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

1. Apakah *security* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*
2. Apakah *quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *intention to recommend*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis signifikansi pengaruh *security* terhadap *customer satisfaction* .
2. Menganalisis signifikansi pengaruh *quality* terhadap *customer satisfaction*.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh *customer satisfaction* terhadap *intention to recommend*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh *security* terhadap *customer satisfaction*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *quality* terhadap *customer satisfaction*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *intention to recommend*.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang saling berhubungan, yaitu :

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel dependen dan independen, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini akan membahas mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data

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

Bab ini membahas tentang gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi analisis deskriptif, analisis model pengukuran, dan pengujian hipotesis serta pembahasan atas hasil penelitian yang telah dianalisis

## **BAB V : Penutup**

Bab ini membahas tentang kesimpulan penelitian yang berisi jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian, dan saran sebagai pihak terkait maupun penelitian berikutnya.