

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mayoritas calon pembeli online melihat desain website sebagai suatu hal yang penting, lebih khususnya informasi yang terkandung dalam website tersebut dapat mempengaruhi niat pembelian online dalam website tersebut. Kepuasan pada desain website didasarkan pada berbagai faktor, diantaranya interaktivitas, kualitas informasi dan keamanan pada website.

Para pelanggan pun dalam melakukan aktivitas pembelian maupun hanya mencari dan melihat-lihat saja tidak membutuhkan biaya dibandingkan dengan cara tradisional dimana harus melihat tokonya secara langsung dan membutuhkan baik biaya maupun waktu untuk bisa melihat produk yang ingin dibeli. Ekuitas merek merupakan serangkaian aset dan kewajiban terkait merek. Didalam ekuitas merek terdapat dimensi ekuitas merek, diantaranya Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas

Selain menjadi Ibu kota Provinsi Jawa Timur, Kota Surabaya juga dikenal dengan Kota Pahlawan, Kota Perdagangan dan Jasa. Kota Surabaya menjadi tempat bisnis yang utama di Indonesia Timur. Kota Surabaya yang selain merupakan kota metropolitan kedua setelah DKI Jakarta, tetapi juga memiliki letak yang sangat strategis yakni hampir berada di tengah wilayah Indonesia dan tepat di selatan Asia yang menjadikan Surabaya sebagai salah satu kota penting bagi kegiatan perdagangan di Asia Tenggara. Surabaya menjadi pusat perdagangan, industri, keuangan, dan bisnis di daerah Jawa Timur. Selain itu, Kota Surabaya menjadi salah

satu kota terpenting yang menopang perekonomian Indonesia. Penduduk Kota Surabaya sebagian besar bermata pencaharian dalam bidang industri, perdagangan, dan jasa

Tabel 1.1
JUMLAH PENDUDUK SURABAYA

Jumlah Laki-laki	1.541.458
Jumlah Perempuan	1.552.789
Jumlah Total	3.094.247

Sumber : Dispendukcapil Surabaya 2018

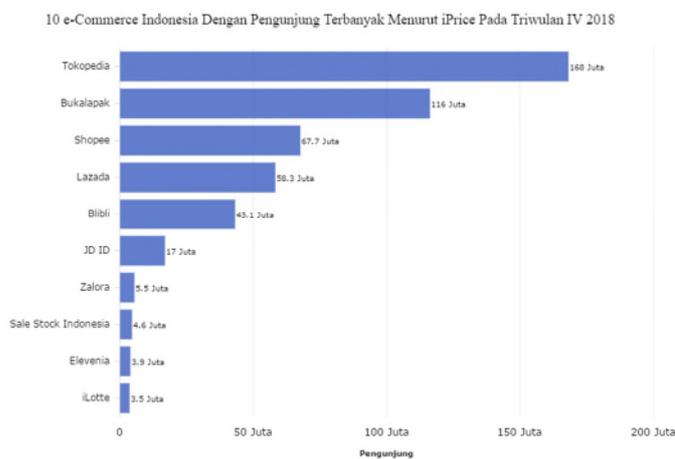
Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk di Kota Surabaya merupakan kota dengan penduduk terbanyak diantara kabupaten/kota lain yang ada di Provinsi Jawa Timur. Tabel diatas dapat dilihat jumlah penduduk Kota Surabaya berdasarkan jenis kelamin yaitu 3.094.247 jiwa yang terdiri dari jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.541.458 jiwa dan penduduk perempuan sejumlah 1.552.789 jiwa.



GAMBAR 1.1
E-COMMERCE YANG DIKUNJUNGI TAHUN 2017

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs <https://inet.detik.com/>. Situs *e-commerce* Lazada menduduki posisi teratas dalam hal *E-Commerce* yang paling

banyak dikunjungi dan yang paling banyak dicari pada tahun 2017 sedangkan posisi Tokopedia pada tahun tersebut masih menduduki posisi kedua hingga kuartal ke empat pada tahun 2017.



GAMBAR 1.2
E-COMMERCE YANG DIKUNJUNGI TAHUN 2018

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs <https://databoks.katadata.co.id/>, terjadinya perubahan peringkat dimana *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi ialah Tokopedia dan berhasil menggeser kedudukan Lazada hingga di urutan ke empat. Hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk dijadikan sebagai bahan penelitian dimana peneliti ingin melihat apakah Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Kepuasan Pada Desain Website merupakan bagian factor pendukung Tokopedia dalam menduduki posisi pertama sebagai *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi di tahun 2018 serta dapat memberikan dampak niat beli ulang terhadap pelanggan Tokopedia.

Obyek penelitian yang dipilih untuk penelitian ini dari situs *e-commerce* Tokopedia. Penelitian ini akan membahas bagaimana Pengaruh Kesadaran Merek,

Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Kepuasan Pada Desain Website mempengaruhi niat beli ulang konsumen pada pelanggan Tokopedia.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan di atas, maka penulis menemukan beberapa perumusan masalah yakni :

1. Apakah kesadaran merek berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli ulang pada tokopedia di Surabaya?
2. Apakah asosiasi merek berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli ulang pada tokopedia di Surabaya?
3. Apakah loyalitas merek berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli ulang pada tokopedia di Surabaya?
4. Apakah citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli ulang pada tokopedia di Surabaya?
5. Apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli ulang pada tokopedia di Surabaya?
6. Apakah kepuasan pada desain website berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli ulang pada tokopedia di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai baik tujuan khusus maupun tujuan umum. Pada tujuan penelitian dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh kesadaran merek terhadap niat beli ulang pada Tokopedia di Surabaya
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh asosiasi merek terhadap niat beli ulang pada Tokopedia di Surabaya
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh loyalitas merek terhadap niat beli ulang pada Tokopedia di Surabaya
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh citra merek terhadap niat beli ulang pada Tokopedia di Surabaya
5. Untuk menguji signifikansi pengaruh persepsi kualitas terhadap niat beli ulang pada Tokopedia di Surabaya
6. Untuk menguji signifikansi pengaruh kepuasan pada desain website terhadap niat beli ulang pada Tokopedia di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini secara umum diharapkan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan bagi masyarakat umum terkait obyek penelitian yang dilakukan. Dimana dalam penelitian ini manfaat penelitian secara khusus di bagi menjadi tiga bagian, yaitu bagi peneliti, bagi pihak peneliti selanjutnya, dan bagi perusahaan Tokopedia

1. Pihak Peneliti

penelitian yang akan dilakukan ini, diharapkan mampu mengembangkan kemampuannya dalam hal menganalisis dan memperoleh pengetahuan

terkait dengan berbagai pengaruh yang menimbulkan niat beli ulang pada pelanggan Tokopedia.

2. Pihak Perusahaan

Diharapkan agar nantinya, hasil dari penelitian dapat memberikan informasi, wawasan serta manfaat dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk perusahaan Tokopedia agar mampu memberikan strategi pada perusahaan Tokopedia sehingga mampu meningkatkan jumlah pelanggan Tokopedia dan memahami apa yang yang dibutuhkan konsumen.

3. Pihak Peneliti Selanjutnya

Manfaat bagi pihak peneliti selanjutnya adalah hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi terkait tentang kesadaran merek, asosiasi merek, loyalitas merek, citra merek, persepsi kualitas, kepuasan pada desain website, dan niat beli ulang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini berisi tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, dan teknik analisis data

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bagian ini berisi tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bagian ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran

