

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Internet merupakan sebuah sarana komunikasi dalam jaringan komunikasi global yang menghubungkan berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan aplikasinya yang mudah digunakan oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun [1]. Didalam jaringan internet masyarakat dapat berinteraksi dengan orang lain dan dapat memperoleh berbagai informasi secara cepat dan mudah, hal ini tentunya sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi internet memiliki pengaruh besar di dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat salah satunya dibidang ekonomi seperti kegiatan jual beli produk atau jasa secara online [2]. Untuk memudahkan transaksi bisnis dengan jaringan internet antara pembeli dan penjual dapat menggunakan fasilitas jual beli *online* yaitu situs *website* atau aplikasi *marketplace*.

*Marketplace* merupakan media *online* berbasis internet berupa aplikasi atau situs *website* tempat melakukan kegiatan proses bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual [3]. Melalui jaringan internet proses bisnis dapat dilakukan secara elektronik (*e-business*) dimana penjual dapat menjangkau pembeli sebanyak-banyaknya secara luas tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Tokopedia adalah salah satu situs web dan aplikasi *marketplace* serta *e-commerce* paling populer di Indonesia sepanjang tahun 2019 berdasarkan studi Cuponation [4]. Tokopedia didirikan pada 17 Agustus 2009 oleh Wiliam Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison dibawah naungan PT. Tokopedia [5]. Tokopedia menyediakan berbagai fitur-fitur menarik yang dapat digunakan dalam proses bisnis seperti buka toko gratis, fitur eksklusif bagi penjual, toko member, *top quest*, buatan Indonesia, dan masih banyak lagi. Selain fitur-fitur jual beli Tokopedia juga menyediakan berbagai produk digital seperti pembayaran listrik, pulsa, tukar tambah, pajak, investasi asuransi, pinjaman, pendidikan, *top-up*, dan masih banyak lagi.

Selain produk dan fitur-menarik yang menjadi keunggulan Tokopedia adalah tersedia pembayaran non-tunai atau *e-money* dengan menggunakan OVO. Tokopedia juga menyediakan berbagai promo *cashback*, diskon, serta bebas ongkir semauanya, dan juga *flashsale* serba diskon 50%. Dengan adanya promo menarik dapat memuaskan konsumen sehingga konsumen cenderung kembali lagi untuk membeli produk atau jasa yang sama ketika dibutuhkan dikemudian hari yang dapat menguntungkan perusahaan.

Namun pada aplikasi Tokopedia juga ditemukan beberapa permasalahan yang ditemukan pada ulasan pengguna aplikasi Tokopedia yang dimuat pada laman google playstore Tokopedia salah satunya yaitu pelayanan customer service tidak berjalan secara maksimal dimana masih banyak konsumen atau pengguna yang merasa tidak puas. Masalah lainnya yang timbul yaitu pada sistem keamanan dimana dikutip dari laman CNN Indonesia pada bulan Mei 2020 sempat terjadinya

kebocoran data pengguna aplikasi Tokopedia sebanyak 91 juta akun dan 7 juta akun pedagang yang membuat pengguna aplikasi Tokopedia merasa kurang aman untuk menggunakan aplikasi dalam jangka panjang [6]. Pada bidang industri bisnis yang berorientasi pada konsumen, kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna sehingga konsumen menjadi loyal dan kembali menggunakan produk atau jasa perusahaan dikemudian hari. Pada perusahaan yang berbasis elektronik kualitas layanan disebut sebagai *e-service quality*, loyalitas disebut sebagai *e-loyalty*, dan kepuasan pengguna disebut *e-satisfaction*. Untuk melihat seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut maka perlu dilakukan analisis untuk mengukur kualitas layanan dan kepuasan pengguna untuk mengetahui tingkat loyalitas pada aplikasi Tokopedia.

Berdasarkan permasalahan yang ada pada latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul **“ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY MELALUI E-SATISFACTION TERHADAP E-LOYALTY PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA”**.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu: Bagaimana menganalisis pengaruh *e-service quality* melalui *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pada pengguna aplikasi Tokopedia?

## **1.3 BATASAN MASALAH**

Agar penelitian ini dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada aplikasi Tokopedia.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Tokopedia.
3. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden
4. Penelitian menggunakan teori *e-service quality*.
5. Pengumpulan data menggunakan metode kuisisioner yang dianalisis menggunakan *software* Microsoft Excel 2010 dan SPSS ver 26.

#### **1.4 TUJUAN PENULISAN**

Adapun tujuan penelitian ini antara lain:

- 1.1 Menganalisis kualitas layanan menggunakan teori *e-servqual* pada aplikasi Tokopedia.
- 1.2 Mengukur tingkat kualitas layanan melalui kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna aplikasi Tokopedia.
- 1.3 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-service quality* melalui *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty*.

#### **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

Adapun beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi perusahaan terkait yaitu sebagai masukan dan bahan koreksi berupa masukan dan evaluasi untuk perbaikan dalam peningkatan layanan.
2. Bagi pengguna (user) yaitu membantu dalam memperoleh informasi tentang layanan yang ada pada aplikasi Tokopedia.

## **1.6 SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika penulisan ini terdiri dari 6 bab. Dimana masing-masing bab dijelaskan dalam uraian pokok-pokok masalah berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi teori-teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang metode atau pendekatan yang akan digunakan dalam menguraikan permasalahan penelitian untuk mencapai tujuan penelitian meliputi model-model yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan serta pendekatan yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV : PENGEMBANGAN MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang analisis pengaruh *e-service quality* melalui *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* dan menjelaskan instrument penelitian yang digunakan pada pengguna aplikasi Tokopedia.

### **BAB V : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang hasil dari analisis pengaruh *e-service quality* melalui *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pada pengguna aplikasi Tokopedia serta rekomendasi untuk bahan pertimbangan dan masukan terhadap pihak terkait yaitu Tokopedia.

## **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang diperlukan untuk kedepannya dari keseluruhan uraian yang telah dibahas.

