

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Teknologi informasi merupakan bagian dari kehidupan manusia saat ini. Teknologi berperan penting untuk menunjang setiap aktivitas kehidupan manusia serta mempermudah pekerjaan manusia sehari-hari di berbagai bidang, salah satunya perkembangan media komunikasi adalah aplikasi. aplikasi berbasis mobile telah banyak digunakan seiring semakin mudahnya perangkat smartphone [1]. Sering dengan hal tersebut, maka banyak aplikasi yang dikembangkan dan dapat diunduh oleh pengguna melalui smartphone. Saat ini teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media internet, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang dikenal dengan istilah *eletronic commerce* atau *e-commerce* [2], yaitu untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital.

Namun dengan adanya banyak pelaku usaha *e-commerce* yang ada di Indonesia dengan konsep bisnis yang hampir sama akan membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih *e-commerce* hal ini membuat masyarakat melirik pasar online sebagai media untuk memenuhi kebutuhan primer hingga tersier mereka. Selain harga

yang jauh lebih murah dibandingkan toko offline kemudahan yang di berikan oleh e-commerce tersebut Benefit yang di tawarkan sangat menarik selain adanya free ongkir dan potongan belanja [3].

Melihat perilaku konsumen yang lebih suka untuk membeli barang dengan harga murah atau terjangkau membuat munculnya beberapa start up yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen tersebut seperti shopback dan vipdiskon berusaha memanfaatkan momentum. Dari dua nama tadi shopback dan vipdiskon merupakan contoh dari perusahaan yang merevolusi cara pemasaran, hal ini dapat terjadi karena baik pihak merchant, konsumen maupun shopback dapat memperoleh keuntungan. Keuntungan bagi merchant adalah pembeli semakin berniat membeli dikarenakan adanya cashback sedangkan keuntungan bagi konsumen dan shopback adalah komisi dari setiap penjualan yang terjadi melalui shopback yang diberikan oleh merchant dan dibagi dua untuk konsumen dan pihak shopback [4].

Shopback merupakan aplikasi e-commerce dimana pengguna dapat berbelanja secara daring dan mengumpulkan reward berupa chasback sebesar 30% setiap berbelanja online, malulai aplikasi Shopback.

Shopback juga memberikan promo diskon, voucer, potongan harga dan kode kupo eksklusif terbaru.

Namun dalam pengoperasiannya ada beberapa keluhan yang disampaikan oleh para pengguna melalui *feedback* yang diberikan pada halaman *Google Play Store*, permasalahan yang dikeluhkan pengguna yaitu Customer

mendapatkan cashback tidak sesuai dengan nominal yang tertara, Potongan saldo customer tiap bulannya berbeda, Penarikan saldo Cashback selalu ditolak.

Untuk mengetahui adanya permasalahan diatas, yang terjadi ketika pengguna menggunakan aplikasi Shopback, permasalahan tersebut akan mempengaruhi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dari aplikasi Shopback dengan menggunakan metode *E-Servqual* menurut persepsi dari para pengguna situs tersebut. Selain itu, hasil dari analisis yang dilakukan terhadap penilaian atribut kualitas aplikasi Shopback yang kemudian dapat menjadi *feedback* atau umpan balik bagi perusahaan sebagai indikator dalam menentukan kualitas mana saja yang telah sesuai dengan keinginan pengguna dan mana saja yang membutuhkan perbaikan bagi kemajuan aplikasi perusahaan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengambil judul "**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SHOPBACK DENGAN METODE E-SERVQUAL**"

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Shopback ?

1.3 BATASAN MASALAH

Untuk menghindari terjadinya pembahasan di luar topik dan judul penelitian, maka penulis melakukan pembatasan pada batasan masalah, adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengukuran hanya pada Aplikasi Shopback
2. Responden dari penelitian ini yaitu pengguna aplikasi Shopback di Provinsi Jambi, Pengumpulan data menggunakan Kuesioner dengan bantuan *Google From*.
3. Penelitian ini menggunakan metode *E-service Quality*
4. Penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS*.
5. Penentuan teori perhitungan sample menggunakan Rumus Rao Purba.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain ;

1. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna APLIKASI SHOPBACK?

2. Memberikan Rekomend perbaikan pada aplikasi Shopback berdasarkan hasil analisis untuk meningkatkan kepuasan pengguna (*user*).

1.4.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan peninjauan yang telah dilakukan penulis dalam menyusun penelitian ini maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis, penelitian ini sebagai penambah wawasan dan pengetahuan, khususnya untuk penelitian yang sedang dilakukan saat ini.
2. Bagi pihak Shopback, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas penggunaan serta kepuasan pengguna aplikasi Shopback.
3. Bagi pembaca, penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran dan referensi untuk penelitian yang sejenis.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan dalam penyusunan laporan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang teori- teori yang digunakan sebagai informasi seperti teori tentang aplikasi, *E-Service Quality*, kualitas layanan, Shopback, *Spss*, skala *Likert*, dan penelitian sejenis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang kerangka kerja penelitian yang dilakukan, metode pengumpulan data, dan alat bantu yang digunakan untuk penelitian.

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang model dan instrument mengenai tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Shopback.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memberikan perhitungan dan hasil analisis yang harus dilakukan untuk mengukur kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Shopback.

BAB VI : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang dapat dimanfaatkan sebagai wawasan untuk pengguna baru maupun pengguna lama dari aplikasi Shopback dan juga bagi pihak Shopback.