

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era new normal ini, kecanggihan teknologi terus berjalan dan saat ini sangat membantu semua bisnis. Perkembangan pesat di era digital ini menjadi wadah bagi para wirausahawan untuk melebarkan sayapnya di bidang yang luas. Dengan adanya internet saat ini sangat mudah bagi para pebisnis untuk menambah sektor internet, dalam beberapa tahun terakhir bisnis internet telah menyebar luas ke seluruh Indonesia, hal ini terlihat dari bisnis yang masih meningkat setiap tahunnya. Setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang ketat dengan perusahaan lain di seluruh dunia dalam menghadapi globalisasi. Berdasarkan perkembangan zaman yang diikuti dengan kecanggihan teknologi, oleh minat beli konsumen juga tidak hanya mengandalkan bentuk layanan perusahaan pelaku komersial, tetapi juga kepercayaan masyarakat dalam melakukan transaksi online karena dengan transaksi tersebut konsumen dimudahkan berbelanja secara efisien.

E-commerce sendiri merupakan tempat atau wadah bagi para penjual dan konsumen menggunakan bantuan online untuk memfasilitasi komunikasi antara kedua pihak berguna dalam berbagai cara. *E-commerce* bukan hanya tentang menjual dan membeli produk secara online tetapi juga mendatangkan keuntungan bagi perusahaan dan konsumen. Semakin banyaknya jenis *E-Commerce* membuat konsumen untuk lebih mempertimbangkan pilihan *e-commerce* mana yang cocok, konsumen mempertimbangkan berbagai aspek dalam pemilihan *e-commerce* yaitu dari segi pelayanan, kualitas produk yang dijual, penawaran menarik seperti diskon maupun cashback, serta keamanan dalam

bertransaksi online.

Tabel 1. 1
Hasil Awal Survei Tempat Belanja Online
yang Disukai Karyawan PT Bumi Menara Internusa

Tempat Belanja Online	Jumlah Konsumen
Tokopedia	3
Shopee	23
Lazada	2
Bukalapak	1
Akulaku	1

Sumber: Data Diperoleh dari Sampel Awal

Dari survey yang dilakukan peneliti kepada Karyawan PT. Bumi Menara Internusa didapatkan hasil bahwa e-commerce yang banyak digunakan adalah Shopee. Dengan demikian mendefinisikan kenapa peneliti berminat meneliti disalah satu perusahaan yang berdiri di Surabaya yaitu menurut para karyawan PT Bumi Menara Internusa, *web based bussiness* Shopee selain untuk pemenuhan kebutuhan utama juga wadah berbelanja online yang ringan digunakan dan menyenangkan. Karyawan PT Bumi Menara Internusa merasa sangat terbantu dengan adanya Shopee, berbelanja menjadi lebih mudah dan aman. Pelayanan yang baik serta kualitas produk yang terdapat pada e-commerce shopee akan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang. Selain faktor tersebut, PT Bumi Menara Internusa juga memudahkan peneliti dalam mencari data, menghemat biaya dan waktu.

Minat beli merupakan kemungkinan konsumen akan membeli sebuah produk atau jasa. Sebuah peningkatan dalam minat beli berarti peningkatan pada kemungkinan

dilakukan pembelian. (Sugiono, 2019) Minat beli ulang adalah dorongan rangsangan internal yang secara kuat memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh perasaan positif akan produk (Ramaputra, 2017)

Penelitian yang dilakukan oleh (Santikayasa & Santika, 2019) adapun hasil yang menunjukkan kualitas pelayanan yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap citra toko. Penelitian (Santikayasa & Santika, 2019) juga menyatakan kualitas pelayanan mempengaruhi minat pembelian menunjukkan kualitas dalam pelayanan memiliki pengaruh terhadap citra toko. Semakin baik kualitas pelayanan akan meningkatkan citra toko di benak konsumen, hal ini dapat dikatakan kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap citra toko. (Andra & Soesanto, 2021)

Dalam penelitian (Chaerunnisa et al., 2022) penelitiannya menjelaskan, secara parsial promosi arahnya positif dan signifikan, dimana besar pengaruhnya yaitu 25%. Kualitas produk secara parsial sangat signifikan dan arahnya positif terhadap kepuasan konsumen, dan besar pengaruhnya yaitu 31,8%. Kualitas pelayanan secara parsial sangat signifikan dan arahnya positif terhadap kepuasan konsumen, dan besar pengaruhnya yaitu 48,2%. Secara simultan bahwa promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan karyawan PT Bintang Indokarya Gemilang sebagai pengguna Shopee, dan besar pengaruhnya yaitu 52,4%

Berdasarkan observasi peneliti yang dilakukan penulis, beberapa konsumen banyak yang sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Shopee, kualitas pelayanan yang diberikan seperti cepatnya penerimaan paket, konfirmasi transaksi pembayaran yang cepat, fasilitas COD (cash on delivery), serta banyak sistem yang diberikan, konsumen akan sangat tertarik dan nyaman untuk

berbelanja di Shopee dan tidak akan beralih ke toko lain.

Pelaku bisnis online perlu membangun kepercayaan konsumen dalam platform belanja online, sehingga mereka dapat mempertahankan bisnis tersebut di tengah persaingan yang semakin ketat. Ketika konsumen mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut. (Novitasari, 2016)

Minat beli merupakan keinginan yang timbul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai hasil dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen tentang suatu produk. Minat pembelian ulang adalah keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang diinginkan dari suatu produk (Santi & Supriyanto, 2018) Konsumen yang tertarik untuk membeli suatu produk menunjukkan perhatian dan kesenangannya terhadap produk tersebut, yang kemudian diikuti dengan hasil berupa perilaku pembelian.

Dari beberapa penelitian yang ada menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang antara lain kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan konsumen dimana faktor tersebut berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan karena akan berpengaruh pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen seperti pada aplikasi Shopee. Untuk itu, peneliti tertarik untuk mengambil topik mengenai **“Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang di E-commerce Shopee pada karyawan PT Bumi Menara Internusa”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di *E-commerce* Shopee?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di *E-commerce* Shopee?
3. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di *E-commerce* Shopee?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di *E-commerce* Shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari kajian permasalahan yang telah dirumuskan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di *E-commerce* Shopee.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang di *E-commerce* Shopee.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang di *E-commerce* Shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang di *E-commerce* Shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam pengembangan dan memperkaya teori dan konsep-konsep pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan khususnya mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan minat beli ulang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat, sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan sebagai penerapan yang didapat pada perkuliahan khususnya di bidangnya, kualitas produk dan kepercayaan konsumen manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang sehingga ilmu yang diperoleh dapat bisa dibuktikan dilapangan.

b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pelengkap yang dapat mendukung penelitian sejenis namun dengan sudut pandang yang berbeda dan melengkapi referensi atau sebagai pelengkap perpustakaan jika diperlukan.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini digunakan sebagai referensi untuk suatu penelitian dan tambahan pengetahuan serta memberikan masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pembandingan bagi penelitian selanjutnya.

HALAMAN SENGAJA DIKOSONGKAN