

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era digitalisasi dan perkembangan teknologi, gaya hidup masyarakat semakin mudah dan instan dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Hal tersebut seiring adanya berbagai penyediaan layanan bagi masyarakat. Salah satunya platform *E-commerce* yang mendominasi di Indonesia adalah aplikasi Shopee. Hadirnya *E-commerce* akan lebih memudahkan konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian. Para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko, mereka hanya perlu mengunjungi situs yang dituju dan menentukan barang atau jasa yang mereka butuhkan dan ketersediaan yang dicari sehingga memancing minat konsumen untuk membeli produk dan membuat konsumen merasakan kepuasan terhadap pembelian online tersebut.

Penerapan teknologi yang dapat digunakan untuk menunjang penjualan para pelaku bisnis adalah *E-commerce*, *E-commerce* merupakan platform penjualan yang dilakukan melalui media elektronik. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Mediti et.al., (2023), *E-commerce* adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pembisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan

bantuan komputer atau *handphone* yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan. Penjualan menggunakan elektronik atau jaringan internet berarti perusahaan yang menggunakan situs untuk menawarkan, memfasilitasi atau menawarkan *service* atau produk secara online.

Keunggulan dalam melakukan belanja dengan menggunakan aplikasi online shop yaitu tidak harus keluar dari rumah dan memanfaatkan jaringan internet untuk mencari barang atau jasa untuk dibeli, dalam berkomunikasi dengan cara memakai media elektronik seperti komputer ataupun *handphone*. Sedangkan kekurangannya yaitu tidak bisa dilihat secara langsung kualitas dan bahan yang digunakan, dan rawan adanya penipuan yang dilakukan oleh para olshop yang tidak bertanggung jawab.

Keberhasilan sebuah platform *E-commerce* tidak hanya bergantung pada jumlah transaksi tetapi juga pada tingkat kepuasan konsumen, kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Kualitas layanan dalam konteks *e-commerce* semakin dikenal sebagai cara yang efektif untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Zeithaml, 2012) dan penentu utama kepuasan konsumen dan loyalitas. Gilbert dkk dalam Jurnal Aryani dan Rosnita (2018:15) mengungkapkan kualitas pelayanan mendorong konsumen untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan konsumen dalam waktu yang lama.

Kepuasan konsumen bukan hanya dilihat dengan kualitas pelayanan tetapi mendapatkan faktor berbeda dalam mengaruhi kepuasan konsumen seperti harga yang telah menjadi faktor paling utama yang mempengaruhi dalam pembelian Kotler dan Armstrong, (2008:345). Sedangkan harga yang dikatakan oleh Kotler & Keller (2007:156), harga merupakan beberapa jumlah uang atau nilai yang digunakan untuk mendapatkan memperoleh kemistri sebuah produk atau jasa yang mengikutinya. Harga merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Peran aplikasi Shopee, sebagai salah satu pemimpin dalam indsutri *E-commerce* di Indonesia, telah memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi online antara penjual dan pembeli. Kepuasan konsumen merupakan indikator kunci dari sejauh mana suatu platform *E-commerce* dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen membuat suatu hal positif yang dapat dirasakan oleh konsumen yaitu hasil dari semua evaluasi terhadap pengalaman yang dirasakan pembeli dan penjual setelah melakukan pembelian. Menurut Kandulapati & Bellamkonda, adanya 2 konsep yang umum supaya konsumen merasa puas yaitu rasa puas konsumen dalam bertransaksi individu/diri sendiri dan rasa puas konsumen dalam kepuasan komulatif. (Mediti, 2020).

Dalam hal ini terdapat faktor faktor yang memegang peranan penting dalam membuat kepuasan pelanggan di aplikasi Shopee. Pertama, kualitas produk yang mencakup aspek aspek seperti keandalan, daya tahan,

dan fitur-fitur dari produk yang ditawarkan. Kedua, harga yang merupakan faktor-faktor sentral dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dan terakhir, kualitas pelayanan yang meliputi antarmuka, dan kualitas layanan konsumen.

Tempat penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Gresik, fenomena yang terjadi pada penelitian ini meliputi fenomena yang terjadi pada dimensi kualitas produk, secara dimensi *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), fenomena yang terjadi pada seller atau penjual yaitu kurangnya kesesuaian sebuah produk yang dibeli dengan produk yang ditampilkan di aplikasi shopee.

Serta dimensi harga terdiri dari keterjangkauan harga, fenomena yang terjadi yaitu seller masih menjual beberapa jenis produk yang harganya tidak sebanding dengan kualitas dari produk tersebut. Hal ini disebabkan harga yang ditawarkan masih terlalu mahal. Dan pada dimensi kualitas pelayanan keramahan penjual pada konsumen saat melakukan pembelian dan pelayanan yang diberikan penjual masih kurang cepat saat melayani konsumennya dan kurang telitinya dalam bekerja dan cara melakukan pembayaran yang terjadi yaitu pelayanan dalam bentuk pembayaran kurang cepatnya dalam hal merespon keluhan konsumen pada saat melakukan pembayaran secara cepat dan efisien.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik mengambil judul Pengaruh Tingkat Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan

Aplikasi Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Pengaruh antara Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Aplikasi Shopee terhadap Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik?

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik?
4. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik?

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan pada penelitian ini memfokuskan pada deskripsi mengenai kepuasan konsumen. Masih kurangnya tingkat kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di kalangan mahasiswa. Secara

spesifik akan diteliti tentang pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan aplikasi Shopee terhadap kepuasan konsumen

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian, ada beberapa tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik
4. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik

1.5 Manfaat

Berdasarkan manfaat, ada beberapa manfaat dalam penelitian ini meliputi:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Universitas

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan serta tambahan referensi bagi Universitas khususnya tentang kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

2. Bagi Penulis

Dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai kualitas layanan serta kepuasan konsumen dan mengaplikasikan ilmu yang selama ini diperoleh dari perkuliahan.

3. Bagi Peneliti Lain

Dapat menjadikan referensi dan sarana informasi dalam pengembangan kualitas pelayanan bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan untuk pengguna Shopee mengenai tingkat kualitas produk, harga dan pelayanan sehingga dapat lebih ditingkatkan lagi dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen. Hasil penelitian ini akan berguna dalam pengembangan teori teori yang terkait dengan kualitas pelayanan konsumen.