

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi membuat internet terus berkembang dan tersebar ke segenap elemen lapisan masyarakat. Kegunaan media internet dalam aplikasi bisnis salah satunya yaitu *electronic commerce (e-commerce)* atau sering juga disebut perdagangan elektronik. *E-commerce* mengacu pada penggunaan internet untuk membeli, menjual, mengangkut, atau memperdagangkan data, barang, atau layanan (Turban et al., 2015). Penggunaan dalam teknologi informasi tidak hanya mengubah sifat dari layanan yang disediakan tetapi juga mengubah proses penyediaan jasa. Seiring berjalannya waktu, di era globalisasi perkembangan teknologi mengambil peranan yang sangat penting karena mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan (Laurent, 2016).

E-commerce yang sedang berkembang pesat di Indonesia ialah Shopee. Shopee merupakan platform belanja berbasis online yang menyediakan beragam macam produk penjualan mulai dari elektronik, perlengkapan rumah tangga, pakaian, aksesoris hingga fashion. Selain menyediakan berbagai macam produk, keunggulan lain dari Shopee yakni pembeli dapat mengembalikan barang atau dana apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diinginkan. Pengguna juga dapat menemukan barang dengan mudah pada kolom pencarian hanya dengan memasukan gambar barang yang sedang dicari. Dan Shopee juga menyediakan fitur gratis ongkir untuk pengiriman barang.

Masyarakat di Desa Poncol kecamatan Poncol Kabupaten Magetan sendiri tengah mengalami perubahan perilaku, khususnya dalam pola berbelanja. Sebagian masyarakat Desa poncol banyak yang menggunakan Shopee sebagai aplikasi pendukung dalam melakukan mobilisasi kebutuhannya karena lebih mudah berbelanja berbagai produk baik kebutuhan sehari-hari, elektronik, fashion, dan lainnya. Hal yang perlu dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian online adalah kepercayaan terhadap fasilitas layanan online dan kepercayaan kepada penjual online dalam membangun hubungan jangka panjang seperti yang dilakukan oleh Shopee. Tidak sedikit dari testimoni dari pembelian yang mengecewakan karena barang yang tidak sesuai dengan gambar yang diposting dan memberikan nilai tidak memuaskan. Salah satu konsumen warga Desa Poncol bernama Rina Indarti membeli baju secara online melalui shopee tetapi barang yang datang tidak sesuai dengan yang di pesannya. Dalam pemesanan memilih warna coklat akan tetapi yang sampai ke tujuan berwarna merah. Konsumen lainnya bernama Anik Sulistyowati mengaku membeli tas . Ia mengaku bahwa tas tersebut bagus sesuai dengan gambar yang diposting akan tetapi ada kecacatan pada barang yang telah dibeli.

Faktor kepercayaan untuk mencapai loyalitas pelanggan yaitu kepuasan. Menurut Tsai dan Huang mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi online repurchase intention. Hal tersebut dikarenakan kepuasan merupakan respon

emosional positif dari konsumen yang dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Ada beberapa produk yang jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, produk yang memenuhi harapan konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain. Sebaliknya pelanggan yang puas cenderung untuk menjadi pelanggan yang loyal. Menurut *Tse and Wilton* dinyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah memakainya. Bila pelanggan merasa puas maka akan memberikan dorongan yang besar untuk melakukan pembelian ulang begitu pula sebaliknya. Banyaknya kasus penipuan yang dilakukan oleh penjual dengan modus Online Shop. Terutama disebabkan karena pembeli tidak dapat bertatap muka secara langsung dengan penjual, pengiriman barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual atau tidak sesuai pesanan, penjual yang menghilang setelah pembeli melakukan pembayaran. Hal ini yang menyebabkan sebagian pelanggan tidak memiliki rasa kepuasan dan kepercayaan terhadap pembelian secara online tersebut.

Kepercayaan, kepuasan, dan komitmen perusahaan penyedia jasa

pelayanan online juga harus benar-benar diperhatikan. Menurut Farida Jasfar (2005;179) komitmen didefinisikan sebagai suatu perpaduan antara sikap dan perilaku yaitu rasa keterlibatan dalam organisasi dan rasa kesetiaan pada organisasi. Komitmen dalam dunia bisnis perlu ada, karena komitmen yang kuat antara konsumen dan penjual akan menguntungkan kedua belah pihak. Jika para penjual memperhatikan itu semua maka, tidak mungkin jika konsumen tidak akan mengunjungi media online tersebut kembali. Dan diperkirakan konsumen akan memiliki komitmen akan membeli produk yang lain melalui media online itu lagi.

Barnes (2011) menyatakan bahwa komitmen adalah suatu keadaan psikologis yang secara global mewakili pengalaman ketergantungan pada suatu hubungan, komitmen meringkas pengalaman ketergantungan sebelumnya dan mengarahkan reaksi pada situasi baru. Namun pada kenyataannya transaksi online terus meningkat dengan pesat. Jumlah pembeli *online* di Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat, demikian juga jumlah toko online (*online shop*) di berbagai media *online* meningkat tajam (Slagian & Cahyono, 2014). Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Roy Mandey, mengakui memang masyarakat tengah mengalami perubahan perilaku, khususnya dalam pola belanja. Saat ini masyarakat, banyak memilih bertransaksi online dibanding secara konvensional (Rachman, 2017).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin mengambil judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Online Shop* Shopee Di Desa Poncol Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan ”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada *online shop* Shopee di Desa Poncol Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan?
2. Apakah Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada *online shop* Shopee di Desa Poncol Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan?
3. Apakah Komitmen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada *online shop* Shopee di Desa Poncol Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan?
4. Apakah Kepercayaan, Kepuasan dan Komitmen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada *online shop* Shopee di Desa Poncol Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *online shop* Shopee di Desa Poncol Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan
 - b. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *online shop* Shopee di Desa Poncol Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan

- c. Untuk mengetahui pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan pada *online shop* Shopee di Desa Poncol Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan
- d. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan, Kepuasan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan pada *online shop* Shopee di Desa Poncol Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan

2. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini mampu menghasilkan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

- a. Manfaat bagi penulis
Untuk menambah ilmu pengetahuan tentang bidang ekonomi khususnya kepercayaan, kepuasan dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan pada *online shop* Shopee.
- b. Manfaat bagi Akademisi
Sebagai tambahan referensi ilmu manajemen pemasaran yang mempelajari tentang loyalitas pelanggan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan mahasiswa tentang pengetahuan skripsi ini.
- c. Bagi Pihak Lain
Penelitian ini diharapkan memberikan inspirasi, literatur, sekaligus bermanfaat untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran dimasa mendatang
- d. Bagi Masyarakat
Menambah informasi untuk bahan pertimbangan melakukan keputusan pembelian serta dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya.