

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era *modern* saat ini perkembangan teknologi menjadi sangat canggih yang membuat transaksi jual beli menjadi semakin maju yaitu menggunakan jaringan internet. perkembangan teknologi yang semakin canggih mempengaruhi perilaku konsumen yang berbelanja secara langsung di toko mejadi berbelanja *online*. Dengan perubahan berbelanja inilah yang memicu perkembangan melalui *online shop* atau melalui *e-commerce* menjadi semakin pesat. Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna *e-commerce* terbanyak.

Electronic commerce atau *e-commerce* secara umum merupakan transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Menurut Triton (2006, hlm 16) *e-commerce* adalah perdagangan elektronik dimana bentuk perdagangan membeli maupun menjual dilakukan melalui elektronik pada jaringan internet dengan mudah diakses dimanapun sehingga memberikan kemudahan kepada penggunanya. *E-commerce* memanfaatkan media internet atau *online store* untuk dapat memudahkan perusahaan dalam proses pemasaran produk baik dalam negeri maupun luar negeri.

Berikut perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia:

Tabel 1.1

Perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia

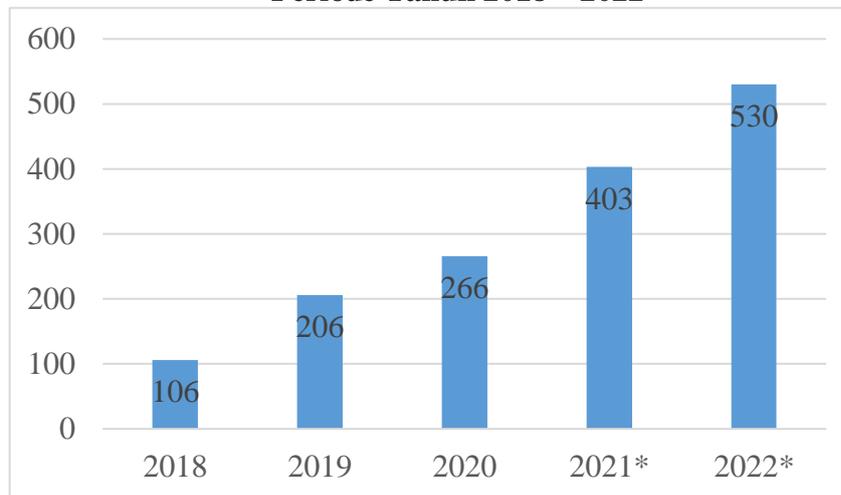
No	Tahun	Nilai / Rp Triliun
1	2018	106
2	2019	206
3	2020	266
4	2021	403
5	2022	530

sumber data: <https://databoks.katadata.co.id>

Grafik 1.1

Grafik perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia

Periode Tahun 2018 – 2022



Sumber data: <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa setiap tahun perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan. Meningkatnya transaksi *e-commerce* membuat perusahaan memanfaatkan media sosial sebagai media perdagangan dengan mempromosikan produk-produknya.

Salah satu model *e-commerce* yaitu *marketplace*. *Marketplace* yaitu model bisnis dimana sarana *website* tidak hanya membantu untuk mempromosikan produk tapi juga menjembatani transaksi *online* antara penjual dan pembeli. Dengan kata lain *marketplace* yaitu tempat dimana penjual dan pembeli bertemu secara *online* untuk melakukan transaksi. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa *marketplace* salah satu diantaranya adalah Lazada. Lazada adalah perusahaan *e-commerce* swasta Singapura yang didirikan oleh *Rocket Internet* pada tahun 2011. *Website e-commerce* Lazada telah *launching* pada bulan Maret 2012 di Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Selain Lazada terdapat empat *marketplace Top* di Indonesia diantaranya Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Blibli. Toko *online* ini memiliki banyak pengunjung yang beragam. Berikut adalah jumlah pengunjung *marketplace* di Indonesia:

Tabel 1.2
Data Pengunjung *marketplace* di Indonesia
Periode 2019-2022

No	Nama Toko <i>Online</i>	Pengunjung/ Tahun			
		2019	2020	2021	2022
1.	Tokopedia	411.468.800	355.556.000	598.446.700	452.279.967
2.	Shopee	294.638.600	390.826.700	527.556.700	455.673.367
3.	Lazada	158.043.900	105.357.100	114.313.300	134.526.700
4.	Bukalapak	287.159.800	142.913.700	119.516.700	64.100.033
5.	Blibli	119.309.100	77.015.600	70.043.400	73.463.367

Sumber Data : <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.

Berdasarkan data diatas menunjukkan jumlah pengunjung per tahun Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, juga Blibli yang naik turun. Pada tahun 2019 Tokopedia mendapatkan pengunjung yang lebih banyak dari toko *online* lainnya, di tahun 2020 shopee berhasil mendapatkan pengunjung terbanyak, namun pada tahun 2021 Tokopedia kembali mendapatkan pengunjung terbanyak, namun pada tahun 2022 Shopee kembali mendapatkan pengunjung terbanyak. Sedangkan Lazada pada tahun 2019 sampai 2021 sama sekali tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan, walaupun pada tahun 2022 Lazada memiliki jumlah pengunjung yang lebih banyak dibanding tahun sebelumnya, namun tetap tidak membuat posisi Lazada diatas Shopee atau Tokopedia. Kondisi jumlah pengunjung lazada tidak mengalami peningkatan yang signifikan, maka Lazada berusaha menarik konsumen dengan cara memberikan garansi 100% khususnya menerima produk resmi yang asli terhadap produk – produk tertentu yang terdapat di lazada mall apabila produk yang di kirimkan tidak asli maka uang akan dikembalikan. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung Lazada.

Untuk meningkatkan jumlah pengunjung Lazada maka diperlukan loyalitas pelanggan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Setiap faktor harus dapat memberikan nilai positif bagi pelanggan, apabila perusahaan tidak memberikan nilai positif maka sulit bagi pelanggan untuk berkomitmen terhadap produk tersebut. Menurut Hasan (2013 :125-127) terdapat sembilan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu nilai yang dirasakan, kepercayaan, relasional pelanggan, biaya peralihan, reliability, citra merek, kualitas, waktu tunggu, kepuasan pelanggan.

Menurut Ali Hasan (2008:83) loyalitas pelanggan diartikan sebagai seseorang yang dapat membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang – ulang.

Dalam mendapatkan loyalitas pelanggan di butuhkan kepercayaan pelanggan dalam membeli produk. Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari atribut tersebut. Sumarwan (2011). Dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk Singapura lazada mengusung fitur *Shoppertainment* dalam aplikasinya. Senior *Vice Presiden Traffic Operations*, Haikal Beki Anggoro, mengatakan bahwa *fitur Shopperainmant* ini juga dapat meningkatkan durasi penggunaan aplikasi lazada. Ajang 11.11 ini adalah ajang bagi kita untuk memperkenalkan banyak hal di *Shoppertainment* kita.(Ekonomi, 2019). Selain kepercayaan untuk dapat meningkatkan loyalitas diperlukan kepuasan pelanggan dalam berbelanja produk.

Adapun penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang beragam menurut Timbel, (2016). Jurnal LPPM Bidng EkoSosBudKum Volume 3 Nomor 1 menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, selain itu menurut Yap et al.,(2012), Rasheed dan Abadi (2012), dan Hasan et al.,(2014) yang menyatakan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun berbeda menurut Erwin dan Sitinjak, (2017) jurnal manajemen mengatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2008) kepuasan ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan. Menurut Naumann dan Giel (Suhaji dan Sunandar, 2010) pengukuran dari indikator kepuasan pelanggan yaitu *service* merupakan penilaian pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, *price* merupakan penilaian dari apa yang dikorbankan atau diberikan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, *image* merupakan kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan, *overall customer satisfaction* merupakan rasa puas pelanggan terhadap keseluruhan produk atau jasa yang dirasakan.

Selain meningkatkan kepercayaan lazada juga perlu memperhatikan pelanggannya apakah pelanggan merasa puas dengan produk dari lazada atau tidak. Maka demi mempertahankan loyalitas serta kepercayaan dan kepuasan pelanggan dalam berbelanja *online* maka Farib selaku pihak lazada menjelaskan akan memberikan sanksi dengan menonaktifkan toko ataupun akun pembeli yang terindikasi melakukan pelanggaran. (M. Ikhsan, 2012).

Adapun penelitian terdahulu menurut Abdullah (2010) dan Ariff et al. (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widjojo (2013) membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Bahrudin dan Zuhro (2015) menunjukkan bahwa terdapat dampak positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan peran penting dalam tercipta loyalitas pelanggan. Namun penelitian Meitiana (2014) menemukan bahwa kepuasan konsumen belum mampu meningkatkan loyalitas secara langsung atau kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Adapun hasil wawancara terhadap pelanggan yang membeli produk di Lazada Kota Kefamenanu sebagai berikut:

Tabel 1.3

Wawancara Responden Terhadap Masalah Pembelian Barang Pada Aplikasi Lazada

No	Nama	Pertanyaan	Jawaban
1.	Agustina Bete Tuna	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
2.	Demitrya Christhanty Bana	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya

		4. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
3.	Nining Baun	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
4.	Fatima Amanda Yanti Meak	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
5.	Delfiana Wance Balibo	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
6.	Merionita Sau	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya

		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja baang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
7.	Raineldis G. Tamelab	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja baang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
8.	Maria Marlinda Binsasi	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja baang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
9.	Filipus B. Lelan	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja baang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya

10.	Ansi Luti	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
11.	Ardi Jeki Nayuf	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
12.	Opy Bantaika	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
13.	Ista Novenda Tefi	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim kurang lengkap	Ya

		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
14.	Fransisco Abi	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja baang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya
15.	Desy Nayuf	1. Apakah anda pernah berbelanja <i>online</i> di Lazada	Ya
		2. Apakah saat berbelanja di Lazada kualitas pelayanannya kurang baik	Ya
		3. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dikirim sampai tidak tepat waktu	Ya
		4. Apakah pernah saat anda berbelanja baang yang dikirim kurang lengkap	Ya
		5. Apakah pernah saat anda berbelanja barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim	Ya

Sumber data hasil wawancara 2023

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi dalam pembelian produk pelanggan lazada di kefamenanu yaitu loyalitas pelanggan yang menurun sehingga menyebabkan kepercayaan dan tingkat kepuasan pelanggan menurun.

Maka berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *MarketPlace* Lazada Studi Kasus Pada pelanggan Lazada Kota Kefamenanu”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka, rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apakah secara parsial kepercayaan (X1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) Lazada di Kefamenanu?
2. Apakah secara parsial kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) Lazada di Kefamenanu?
3. Apakah secara simultan kepercayaan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Lazada Kefamenanu?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kepercayaan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Lazada di Kefamenanu
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Lazada di Kefamenanu
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara kepercayaan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Lazada di Kefamenanu

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan sebagai pengembangan ilmu yang dapat memberikan informasi atau referensi pada pihak yang akan melakukan

penelitian lebih lanjut tentang kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di aplikasi belanja *online*.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis dapat memberikan informasi bagi penjual agar dapat mengatur strategi penjualan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.