

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi merupakan era yang berkembang pada saat ini dan pengaruhnya telah di rasakan di kehidupan pribadi maupun kehidupan masyarakat. Di Indonesia banyak masyarakat yang mengikuti perkembangan era globalisasi. Salah satu perkembangan era globalisasi adalah teknologi, contohnya internet. Internet bukan lagi menjadi suatu hal yang tabu bagi masyarakat di dunia ini. Hampir tidak ada orang yang tidak tahu internet. Internet menghubungkan berjuta hingga milyaran pengguna, tidak hanya di suatu tempat melainkan di seluruh dunia.

Dewasa ini internet tidak terbatas hanya pada pemanfaat informasi yang dapat diakses melalui satu media melainkan dapat juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi yang dapat memunculkan sebuah market place baru dan sebuah jaringan bisnis yang luas dan tidak terbatas oleh tempat dan waktu. Semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia menjadikan pasar yang sangat bagus untuk pelaku industri *e-commerce*.

Di dalam *E-commerce* terdapat beberapa *marketplace*, merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi adalah *marketplace*. Ini adalah model bisnis yang mana *website/aplikasi* dapat membantu mempromosikan barang dagangan juga dapat memfasilitasi transaksi secara *online*. *Website/aplikasi* menyediakan tempat bagi para penjual untuk menawarkan produk-produknya. Salah satu di *website* atau aplikasi ini adalah Shopee.

Shopee merupakan aplikasi belanja *online* yang sedang berkembang di Indonesia saat ini. Shopee menyediakan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat seperti *fashion*, peralatan rumah tangga, produk kecantikan dan sebagainya. Shopee menjadi aplikasi belanja daring pertama yang membuat pengguna aplikasi tersebut dapat menjelajahi, berbelanja, maupun menjual berbagai jenis produk.

Alasan memilih Shopee dikarenakan Shopee merupakan Marketplace terpopuler di Indonesia saat ini, dimana pada kondisi saat sekarang ini Marketplace menjadi pilihan masyarakat dalam berbelanja suatu produk yang dibutuhkan. Hal-hal yang mempengaruhi minat beli ulang pada Shopee seperti kepercayaan dalam membeli produk yang akan mendorong konsumen dalam melakukan pembelian dan *ease of use* dimana adanya kemudahan dalam mengakses situs dan aplikasi Shopee yang dibutuhkan saat kegiatan transaksi jual beli online.

Berdasarkan data yang diperoleh dari databoks tahun 2020, dapat diketahui situs *e-commerce* kuartal III tahun 2020 Shopee menempati peringkat pertama sebagai *e-commerce* paling banyak pengunjung di bandingkan situs *online* lainnya dengan jumlah pengunjung sebanyak 96,5 juta.

Banyak sekali keuntungan jika berbelanja di Shopee, tidak heran jika hingga saat ini setiap harinya Shopee tidak pernah sepi dari pembeli. Hal ini didukung oleh beberapa keunggulan dari Shopee seperti: aplikasi yang mudah digunakan, cara pembayarannya yang beragam, mempunyai fitur COD, dan sering memberikan promo-promo yang menarik.

Selanjutnya Survei awal dilakukan secara langsung melalui pertanyaan terbuka kepada 30 orang yang sudah pernah melakukan pembelian secara online di Kota Sungai Penuh. Tabulasi data survei awal dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Survei Awal Minat Beli Ulang Melalui Situs *Marketplace*
di Kota Sungai Penuh

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berminat membeli ulang produk melalui online shop Shopee	0	3,33	20	40	36,67
2.	Saya akan mereferensikan online shop Shopee kepada orang lain yang akan membeli suatu produk.	3,33	3,33	30	40	23,33
3.	Saya akan lebih berminat membeli ulang di online shop Shopee di bandingkan tempat lain.	6,66	3,33	13,33	46,67	30
4.	Saya ingin mencoba membeli produk lainnya di online shop Shopee.	3,33	0	23,33	46,67	26,67
Rata-rata		3,33%	2,49%	21,66%	43,33%	29,16%

Sumber: Survei awal (2021)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa responden memiliki minat beli ulang yang tinggi dimana responden yang memilih Setuju (S) memiliki rata-rata sebesar 43,44%, dan yang memilih Sangat Setuju (SS) memiliki rata-rata sebesar 29,16%. Dapat disimpulkan bahwa di Kota Sungai Penuh *Marketplace* Shopee memiliki banyak pelanggan yang berminat untuk menggunakan situs *Marketplace* Shopee untuk berbelanja di masa yang akan datang. Untuk itu peneliti ingin membuktikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi responden di Kota Sungai Penuh berminat untuk melakukan pembelian ulang pada *Marketplace* Shopee. Pada

penelitian ini faktor-faktor yang ingin dibuktikan antara lain kepercayaan, *ease of use*, dan kepuasan terhadap minat beli ulang.

Minat beli ulang berhubungan dengan rencana pelanggan untuk menggunakan kembali suatu produk atau jasa pada periode tertentu. Minat pelanggan untuk melakukan dan menggunakan produk atau jasa merupakan hal yang penting. Menurut Wijaya dalam Apriyani (2017) Minat beli kembali merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen dimana adanya kesesuaian antara kinerja produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan akan menimbulkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya kembali di masa yang akan datang. Salah satu faktor yang menyebabkan minat beli ulang adalah kepercayaan. Kepercayaan adalah salah satu fondasi bisnis, jika kedua belah pihak saling percaya maka transaksi bisnis akan dilakukan antara dua pihak atau lebih. Banyak pelanggan yang tidak melakukan pembelian secara online karena kurangnya kepercayaan sehingga membangun kepercayaan merupakan sebuah tantangan bagi pemilik toko. Kepercayaan dapat juga di artikan sebagai keyakinan yang di miliki konsumen terhadap sesuatu dan adanya pengetahuan baik tentang suatu atribut maupun manfaat yang di rasakan sehingga menghasilkan kesimpulan (Mowen dan Minor, 2002).

Hal ini didukung oleh hasil penelitian Ardianto,dkk (2020) menunjukan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulin Fang, dkk (2014) yang menunjukan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat pembelian

ulang. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Hartono Fasochah (2013) menatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Terbentuknya minat beli ulang juga dapat disebabkan oleh *ease of use* (kemudahan penggunaan). Faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah salah satunya biaya dan kemudahan. Dengan biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila produk yang akan diperoleh relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan (Irawan dalam Palma, 2016).

Ease of use secara signifikan dapat berdampak pada minat beli ulang. Menurut Davis (2012) persepsi kemudahan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Kemudahan memiliki hubungan langsung dengan minat beli ulang. Hal ini di dukung oleh hasil penelitian Rithmaya (2016) yang menunjukkan bahwa *ease of use* (kemudahan penggunaan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang.

Disamping kepercayaan dan *ease of use* (kemudahan penggunaan) terbentuknya minat beli ulang dapat dipengaruhi oleh kepuasan dalam menggunakan sebuah produk atau jasa. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2003). Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi, yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lain) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tjiptono, 2000). Hal ini didukung

oleh hasil penelitian Wicaksono,dkk (2019) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang di toko Distortion Merch Malang.

Shopee dijadikan pilihan dalam objek penelitian ini karena merupakan *e-commerce* yang memiliki pengunjung paling banyak di bandingkan situs *online* lainnya. Maka dari itu dalam penelitian ini ingin membuktikan apakah kepercayaan dan *ease of use* dan kepuasan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian ulang.

Dengan fenomena yang ada maka peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kepercayaan dan *Ease of Use* terhadap Minat Beli Ulang pada Marketplace Shopee di Kota Sungai Penuh dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh?
2. Apakah *ease of use* berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh?
4. Apakah *ease of use* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh?
6. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai pemediasi pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh?
7. Apakah *ease of use* berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai pemediasi pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan kepada uraian rumusan masalah maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap minat beli ulang pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh.
2. Menganalisa pengaruh *ease of use* terhadap minat beli ulang pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh.
3. Menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh.
4. Menganalisa pengaruh *ease of use* terhadap kepuasan pelanggan pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh.
5. Menganalisa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh.
6. Menganalisa pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dengan kepercayaan terhadap minat beli ulang pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh.
7. Menganalisa pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dengan *ease of use* terhadap minat beli ulang pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai penuh.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan uraian rumusan masalah dan tujuan penelitian diharapkan hasil yang diperoleh dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan penjualan dan sebagai masukan untuk menganalisa pengaruh kepercayaan dan *ease of use* terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada *Marketplace* Shopee di Kota Sungai Penuh.
2. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis mengenai kepercayaan dan *ease of use* yang memengaruhi minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.