**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang** **Masalah**

Menyadari akan majunya waktu dan zaman, maka masyarakat juga mengalami kemajuan dalam gaya hidup. Kemajuan dalam berbagai bidang mulai timbul dari adanya era informasi. Era ini memulai perkembangan cepat terhadap teknologi–teknologi di dunia. Perkembangan–perkembangan tersebut merubah struktur bisnis terus menerus, dari bisnis secara konvensional sampai bisnis yang bisa terjadi hanya dengan menekan sebuah tombol.

Hal–hal ini dapat terjadi karena penemuan–penemuan yang selalu berkembang untuk memudahkan hidup manusia, dimulai dari telepon yang biasa dan tidak bisa dipindahkan, sampai dengan telepon genggam yang selalu berubah–ubah, perkembangan yang paling memberikan potensi untuk masyarakat dan umat manusia adalah internet.

Internet merupakan salah satu penemuan dalam sejarah yang memberi perubahan untuk cara belajar, cara bekerja, cara berbisnis, dan juga cara bermain. Internet memberikan banyak manfaat untuk segala macam persoalan yang manusia miliki. Internet telah mentransformasi industri teknologi informasi dari suatu kumpulan menjadi suatu ekosistem yang beragam. Menjadikan hal yang terpenting bukannya lagi yang dimiliki, tetapi bagaimana cara bekerja sama dengan pemain lain.

Oleh karena itu, sangat memungkinkan perubahan pola gaya hidup akan memberikan peningkatan yang semakin besar atau semakin menghilangkan suatu kebutuhan tertentu yang diperlukan oleh orang–orang yang hidup pada zaman ini. Seperti di masa lampau orang banyak berbelanja kebutuhan pokok di pasar tradisional, sementara saat ini orang mulai beralih ke zaman dimana semua kebutuhan bisa dipenuhi lewat internet.

Perkembangan internet yang sangat cepat jauh dari prediksi para pakar atau perintis awalnya akan semakin cepat seiring dengan perkembangan teknologi telekomunikasi sebagai teknologi abad baru. Salah satu bagian dari dinaminasi internet adalah *e-commerce*.

Internet merupakan cara termudah suatu perusahaan untuk masuk ke era pasar global. Begitu identitas perusahaan telah ditampilkan dalam bentuk *home page* di internet, maka akan dapat diakses oleh seluruh pengunjung di seluruh dunia. Hal tersebut telah memicu berbagai pihak untuk beramai–ramai mendaftarkan diri mereka di internet. Namun sesungguhnya masih banyak langkah penting lainnya yang harus dilakukan agar dapat dikenali masyarakat.

*E-commerce* di Indonesia sendiri dimulai pada akhir tahun 1996 dengan berdirinya Dyviacom Intrabum atau D-net sebagai perintis transaksi online di Indonesia. D-net ini dirancang sebagai sebuah mall online yang telah menampung 33 toko online yang menjual bermacam–macam barang seperti makanan, aksesoris, pakaian, produk perkantoran, sampai furnitur. Selain itu, ada pula *website* yang menampilkan barang–barang yang dijual dan memudahkan pembelian dengan *shopping cart* dan fitur lainnya. (“Sejarah e*-commerce*”, 2018).

Salah satu perusahaan besar yang melakukan perkembangan dalam bidang tersebut adalah PT. Tokopedia. Tokopedia.com merupakan salah satu mal online yang mungusung model bisnis *marketplace* dan *mall online*. Tokopedia.com resmi diluncurkan ke publik pada 17 agustus 2009 di bawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Febuari sejak 2009. (“Tokopedia”, 2018)

Dengan berkembangnya teknologi seperti ini, walaupun praktis, tetapi ada sejumlah masyarakat yang kurang mempercayai transaksi online. Masalah – masalah yang terjadi juga mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap pembelian online. Salah satu kasusnya adalah saat dimana saldo tokopedia yang dimiliki beberapa pengguna hilang tiba – tiba. Hal tersebut sangat merugikan para pengguna dan menimbulkan masalah terhadap loyalitas pelanggan. (“Tokopedia Janji Akan Kembalikan Saldo TokoCash Yang Dicuri”, 2018)

Jadi berdasarkan hal tersebut peneliti ingin meneliti loyalitas pelanggan tokopedia yang dipengaruhi oleh kualitas layanan dan harga barang di Tokopedia.com

1. **Idenifikasi Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang didapat, batasan masalah yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan Tokopedia ?
2. Bagaimana harga yang diberikan Tokopedia ?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan yang dimiliki Tokopedia ?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia ?
5. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia ?
6. **Batasan Penelitian**

Agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih terfokus, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian adalah Tokopedia.
2. Subjek penelitian adalah pelanggan Tokopedia.
3. Penelitian dilakukan pada bulan April 2018 sampai dengan Agustus 2018.
4. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan penelitian, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : “Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia”.

1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia.
3. **Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap hasil penelitian ilmiah dalam bentuk skripsi ini dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Untuk Perusahaan (Tokopedia)

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan oleh Tokopedia sebagai salah satu bentuk pertimbangan yang dipakai untuk membangun rencana dan strategi marketing melalui pembangunan kualitas layanan yang lebih baik.

1. Untuk Kalangan Akademis

Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Serta peneliti juga berharap hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi para peneliti lain yang berkeinginan atau berminat untuk melakukan penelitian lebih lanjut.