

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menyadari akan majunya waktu dan jaman, maka para 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 dipindah, 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 memeberi perubahan untuk cara belajar, cara bekerja, cara berbisnis, dan juga cara bermain. Internet memberikan banyak manfaat untuk segala macam persoalan yang manusia miliki. Seperti kata Andy Groove, internet telah mentransformasi industri teknologi informasi dari suatu kumpulan *oligopoly* menjadi suatu ekosistem yang beragam. Menjadikan hal yang terpenting bukannya lagi yang dimiliki, tetapi bagaimana cara berkerja sama dengan pemain lain. (Schlender, 1999)

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 jaman 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 dinamisasi 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 penungjung 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 tahun 1997 dengan berdirinya Dyviacom Intrade 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. Sumber : (<http://dnetprovider.id/id/about.html>), diakses pada tanggal 19 Juni 2017.

Salah satu perusahaan besar yang melakukan perkembangan dalam bidang tersebut adalah PT. Tokopedia. Tokopedia.com merupakan salah satu mal online yang mengusung 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

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Edison pada 6 Febuari sejak 2009. Sumber : (<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>), diakses pada tanggal 15 Juni 2017.

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.

Sumber : (<http://tekno.liputan6.com/read/2972862/tokopedia-janji-akan-kembalikan-saldo-tokopedia-yang-dicuri>), diakses pada tanggal 15 Juni 2017.

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

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka ada beberapa masalah yang teridentifikasi, yaitu :

1. Berapa banyak masyarakat yang mengetahui tentang pembelian online ?
2. Seberapa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pembelian online ?
3. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan Tokopedia ?
4. Bagaimana harga yang diberikan Tokopedia ?
5. Bagaimana loyalitas pelanggan yang dimiliki Tokopedia ?
6. Apakah yang sudah dilakukan Tokopedia untuk memperoleh loyalitas pelanggan ?
7. Apakah harga produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia ?

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa menyebutkan sumber dan penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang didapat, batasan masalah yang akan 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. Apakah harga produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia ?
5. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia ?

D. 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 Juni 2017 sampai dengan Agustus 2017

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan penelitian, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia”

F. 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.

G. 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.

2) 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.