



BAB I

PENDAHULUAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

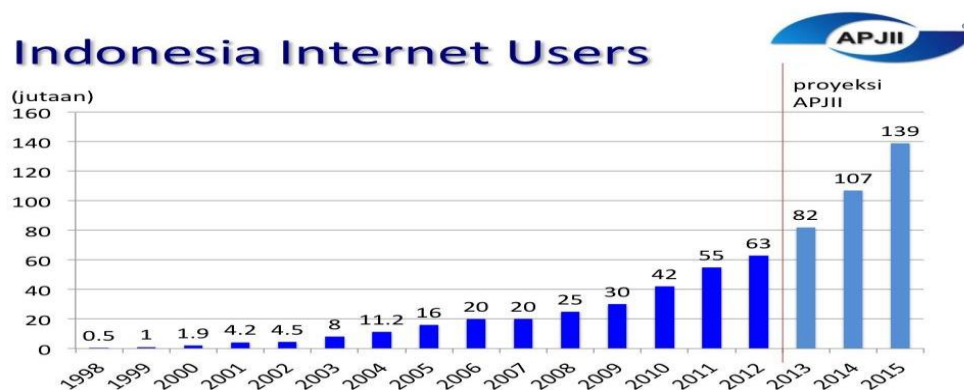
A. Latar Belakang Masalah

Dilihat dari perkembangannya teknologi internet saat ini, bahwa semua orang menggunakan internet baik untuk melakukan kegiatan jual-beli barang, mencari teman, membagikan informasi, membagikan foto pribadi, maupun melakukan kegiatan yang lain, baik dilakukan oleh muda maupun tua. Semakin meningkatnya pengguna internet di Indonesia, maka hal ini bisa menjadi suatu peluang untuk melakukan kegiatan bisnis yaitu jual-beli produk secara *online*.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014 telah mencapai angka 107 juta pengguna dan pada tahun 2015 jumlah pengguna internet mencapai 139 juta, dan jika disesuaikan dengan jumlah populasi penduduk Indonesia menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencapai 252,5 juta, dan setiap tahun akan terus mengalami kenaikan.

Grafik 1.1

Pengguna Internet di Indonesia oleh APJII



(Sumber : APJII ; 2016)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

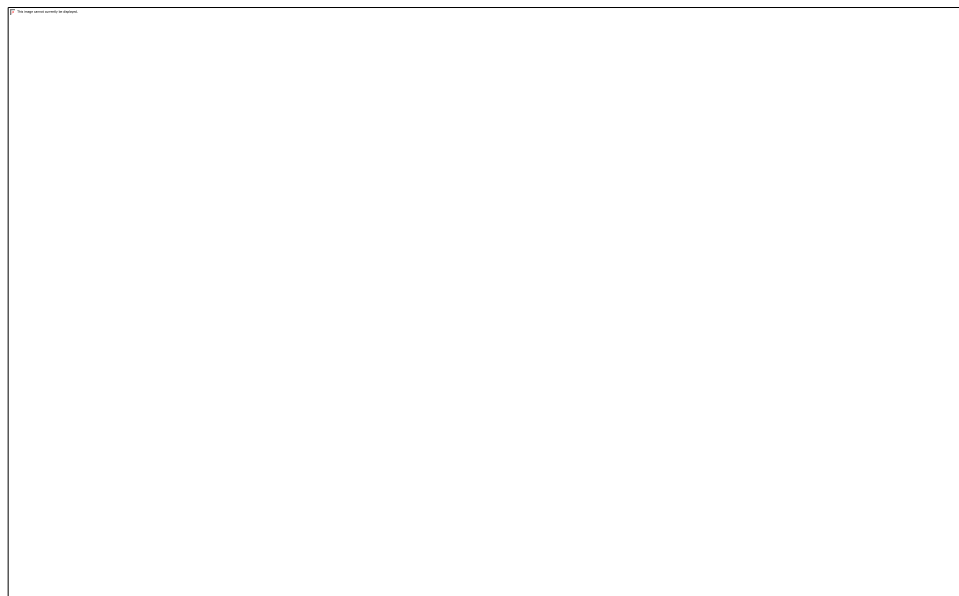
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia meningkat 34,9% dibandingkan tahun lalu. Kominfo memprediksikan jumlah konsumen toko *online* pada tahun 2016 adalah sebesar 8,7 juta, jumlah tersebut naik dibandingkan dengan tahun 2015 yang 'hanya' sebesar 7,4 juta pembelanja online. Pertumbuhan pengguna internet didukung oleh *smartphone*, penetrasi internet di Indonesia, pengguna kartu debit dan kredit, dan meningkatnya tingkat kepercayaan konsumen untuk berbelanja secara *online*. Karena semakin berkembangnya dunia internet di kalangan masyarakat maka hal ini disikapi oleh *entrepreneur* untuk melakukan penjualan *online*.

Gambar 1.1

Prospek Bisnis *E-commerce* di Indonesia



(Sumber : Money.co.id ; 2016)

Pertumbuhan pesat pangsa pasar *e-commerce* di Indonesia memang sudah tidak bisa diragukan lagi. Pasar *e-commerce* di Indonesia memiliki prospek yang menarik, untuk itu banyak para pebisnis yang menjadikan kesempatan tersebut untuk melakukan kegiatan bisnis mereka. Pertumbuhan ini didukung dengan data dari Menkominfo yang mengatakan bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2016 akan mencapai angka US\$ 4,89 miliar atau sekitar lebih dari Rp. 68

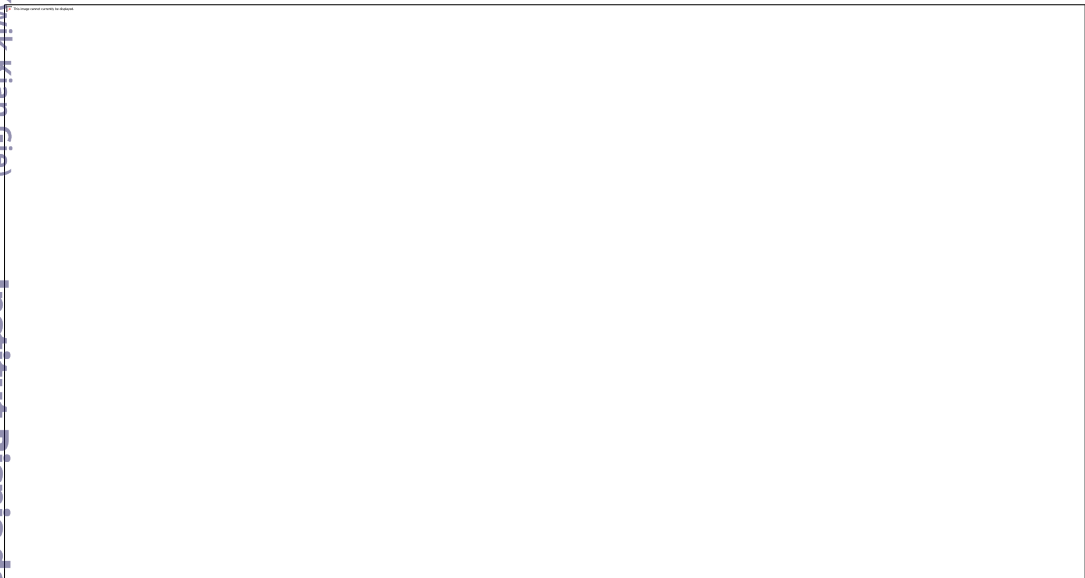


triliun. Nilai transaksi *e-commerce* yang terus meningkat dibandingkan tahun 2015 yaitu sebesar US\$ 3,56 miliar. Pengguna internet itu sekitar 77% mencari informasi produk dan belanja *online*. Paling populer di internet itu adalah produk pakaian, sepatu, tas, tiket pesawat, ponsel, dan lainnya.

Bukan hanya kota-kota besar di Indonesia yang sudah menggunakan internet dan melakukan pembelian secara *online*, tapi beberapa kota-kota kecil juga sudah mulai melakukan kegiatan tersebut, hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya konsumen di Jakarta saja yang rutin untuk berbelanja secara *online* tapi konsumen di luar Jakarta pun sudah mulai berbelanja *online* meskipun tidak sebanyak konsumen yang berada di Jakarta

Gambar 1.2

Penyedia *E-Commerce* di Indonesia



Sumber : Sharing Vision TM, 2013

Ada beberapa investor yang tertarik untuk melakukan investasi di Indonesia seperti Lazada, Zalora, Berrybenka, Tokopedia, Bhinneka, Berniaga, kaskus, dan masih banyak lagi. Mereka adalah sebagian contoh dari perusahaan *e-commerce*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang sukses dengan memanfaatkan peluang pasar di Indonesia yang saat ini sedang naik daun.

Selain perkembangan teknologi, Indonesia juga mengalami peningkatan di dunia *fashion* yang didukung oleh berbagai sisi, baik dari sisi desainer lokal yang kini semakin potensial, tingkat perekonomian yang membaik, sampai sektor ritel yang ikut serta mengalami perkembangan pesat. Majunya arus informasi membuat masyarakat Indonesia untuk lebih terbuka pada pengetahuan global tentang *fashion*. Perkembangan *fashion* di Indonesia dipengaruhi oleh budaya barat. Jenis *fashion* yang paling cepat dalam perkembangan dunia *fashion* adalah baju, karena pergantian modelnya sangat cepat dan baju merupakan item yang paling banyak dibeli oleh masyarakat dibandingkan dengan produk lainnya.

Pada awal tahun 2012, Zalora online fashion retail terkemuka dan terbesar di Asia Tenggara didirikan, yang memiliki lebih dari 500 merek lokal, internasional dan desainer. Zalora berada di Singapura, Malaysia, Indonesia & Brunei, Filipina, Thailand, Vietnam, Hongkong dan akan memperluas hingga ke Taiwan. Zalora juga bukannya hanya memuaskan pelanggan dari produk baju wanita saja tapi juga menyediakan produk *fashion* lain yang juga disediakan untuk pria mulai dari pakaian, sepatu, aksesoris dan produk kecantikan. (Sumber : <http://www.zalora.co.id/about/>)

Hadirnya sebuah terobosan mengenai pembelanjaan *online* yang telah memudahkan konsumen untuk mencari produk yang diinginkan. Kemudahan dan waktu yang lebih efektif untuk melakukan pembelanjaan, tanpa harus pergi ke tempat penjual produk tersebut. Zalora memasarkan produknya di *website* (www.zalora.co.id) dan *Mobile app*, yaitu *Zalora Mobile App* yang dapat didownload pada *Smartphone*. *Zalora App* ini memungkinkan penggunaanya yang gemar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan 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.



berbelanja untuk menerima push notification untuk setiap barang baru dan promo khusus sehingga mereka akan selalu memperoleh informasi *fashion* terkini. Melalui aplikasi ini para pengguna juga dapat dengan mudah mengakses informasi produk secara keseluruhan termasuk gambar, peringkat, dan ulasan produk, lebih menariknya lagi adalah ketika para pengguna akan menambahkan dan menyimpan belanjaan ke dalam *shopping cart* juga menyediakan berbagai metode pembayaran sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan aktivitas belanja pelanggan yang mengunduh aplikasi ini.

Dengan adanya kemudahan dari penggunaan aplikasi dan website, maka perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas layanan maupun kualitas produk sehingga pelanggan merasa puas dengan setiap pembelian yang dilakukan di Zalora Indonesia, dan secara langsung pelanggan akan menjadi loyal terhadap suatu merek misalnya Zalora Indonesia

Kondisi ini menarik untuk diteliti, karena Zalora memiliki tantangannya tersendiri, terutama dalam menghadapi tuntutan akan kebutuhan maupun kepuasan yang diinginkan oleh para pelanggan. Hal ini harus diwujudkan dengan layanan yang memuaskan, sehingga hal itu menjadi sebuah kunci kesuksesan dalam keberhasilan dalam menjalankan bisnis ini, dari manajemen pihak perusahaan harus terus memantau dan mengetahui apakah para pelanggan tersebut telah memperoleh kesesuaian antara yang diharapkan dengan layanan yang diberikan.

Berdasarkan hal ini, maka penelitian yang dilakukan oleh penulis disusun dalam bentuk skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada PT. Zalora Indonesia.**”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



B. Identifikasi Masalah

C Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Adanya keluhan konsumen terhadap produk yang diterima tidak sesuai dengan yang ada di website
2. Produk yang dikirimkan salah, dan prosedur pengembalian yang dilakukan sulit serta melalui banyak tahap
3. Adanya keluhan tentang barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan tanggal yang seharusnya atau terjadinya keterlambatan
4. Adanya keluhan tentang cara pengembalian barang atau refund yang ditanggapi lama oleh customer service
5. Adanya keluhan tentang Produk yang dikirimkan sudah cacat atau rusak
6. Adanya keluhan tentang customer service yang susah untuk dihubungi
7. Masih ada konsumen yang belum puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Zalora
8. Adanya keluhan tentang voucher belanja yang tidak bisa dipakai atau digunakan
9. Pelanggan yang tidak merasa puas sehingga pelanggan memberikan feedback atau ulasan yang negative tentang zalora
10. Pelanggan tidak merekomendasikan zalora kepada rekan-rekannya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah yang telah dikemukakan, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini akan dibatasi pada:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada zalora
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Zalora.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Zalora
4. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Zalora
5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan zalora

D. Batasan Penelitian

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

1. Objek penelitian adalah perusahaan Zalora Indonesia yang beroperasi di Jakarta
2. Subjek penelitian adalah para pembeli produk zalora Indonesia
3. Teknik pengumpulan data hanya berdasarkan kuesioner

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dijabarkan dalam research question sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Zalora Indonesia?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan zalora Indonesia?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan zalora Indonesia?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan zalora Indonesia?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Zalora Indonesia?

F. Tujuan Penelitian

Penulis merumuskan tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini, yaitu untuk:



1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan zalora Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan zalora Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan zalora Indonesia
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Zalora Indonesia
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi

1. Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai kontribusi bagi manajer pemasaran pada perusahaan zalora Indonesia untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Selain itu juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan atau strategi agar lebih efisien dan efektif
2. Akademis

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan 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.

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi para akademis dalam mengembangkan kajian ilmu pemasaran, khususnya tentang kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lebih lanjut yang terkait dengan bidang ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan 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.

