

BAB I

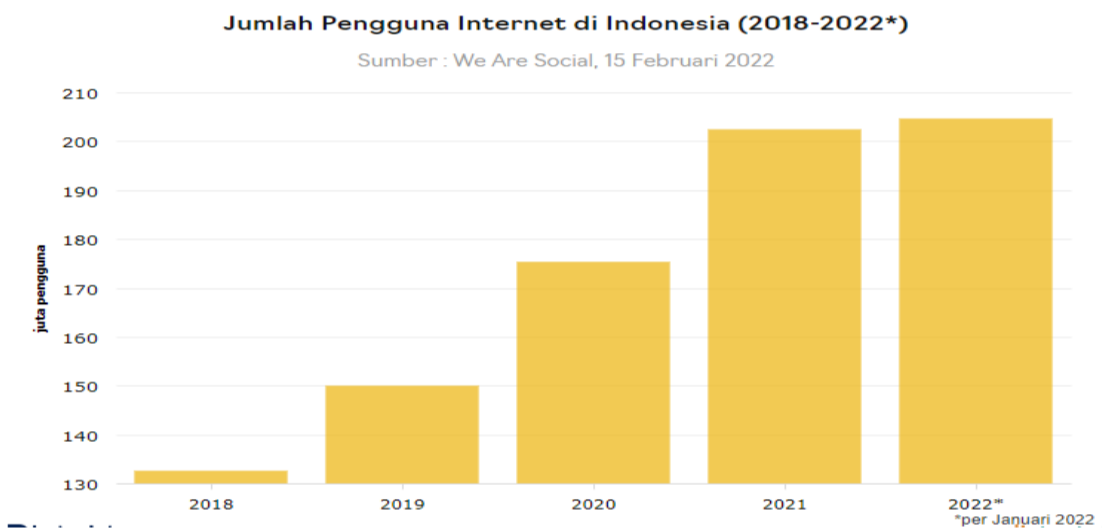
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan ekonomi, budaya dan teknologi dunia saat ini, pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahun membuat persaingan semakin ketat setiap perusahaan berlomba – lomba mencari pelanggan dengan berbagai jenis sebuah strategi. Dengan pesatnya perkembangan teknologi konsumen juga lebih mudah untuk melakukan riset sebelum membeli produk. Ketika teknologi berkembang pesat, itu bisa menjadi ancaman dan ini juga merupakan peluang bagi perusahaan. Ancaman bagi perusahaan adalah perusahaan harus bisa menyiapkan strategi yang unik agar tidak rugi persaingan pasar dan pengembangan peluang yang tersedia teknologi saat ini adalah peluang untuk media sosial sebuah perusahaan dengan cepat mempromosikan bisnisnya karena media sosial saat ini memiliki pengaruh yang sangat kuat di masyarakat.

Gambar 1.1

Peta Pengguna Internet di Indonesia



Gambar 1 - Peta pengguna internet di Indonesia

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa total pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 meningkat dengan sangat pesat mencapai 204.000.000 jiwa dan angka tersebut merupakan 73,7% dari populasi yang ada di Indonesia. Dengan meningkatnya pengguna internet di tahun 2022 ini dan juga dunia sedang mengalami pandemi yang tentunya meningkatkan aktivitas jual beli online pemerintah saat ini membatasi kontak fisik dan tidak langsung antar warga segera buat aktivasi jual beli offline berkurang drastis karena kebijakan ditentukan oleh pemerintah. Saat aktivasi jual beli online semakin meningkat pertumbuhan e-commerce di Indonesia juga berlomba untuk mendapatkan keuntungan banyak pelanggan yang tertarik dengan menjalankan berbagai strategi promosi untuk menciptakan keputusan pembelian.

Gambar 1.2

Logo Tokopedia



Gambar 2 - Logo Tokopedia

Sumber: <https://gudrilogo.blogspot.com/2018/04/logo-tokopedia-vector-cdr-png-hd.html>

Tokopedia adalah perusahaan e-commerce yang juga dikenal sebagai masyarakat luas di Indonesia sebagai toko online. Tokopedia didirikan pada tahun 2009 oleh William Tanuwijaya, lama kelamaan Tokopedia berubah menjadi Unicorn yang berpengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara. Tokopedia sejauh ini merupakan salah satu marketplace paling populer banyak orang berkunjung ke Indonesia. Pada Mei 2020, Tokopedia dikabarkan mengalami pembobolan data pengguna, jumlah data yang bocor diperkirakan 91 juta akun pengguna dan 7 juta akun sementara itu, Tokopedia melaporkan pengguna aktif pada 2019, pengguna aplikasi mereka adalah 91 juta pengguna sehingga dapat disimpulkan hampir semua data pengguna Tokopedia telah bocor. Peretas menjual data pengguna Tokopedia di dark web berupa user ID, email, nama lengkap, tanggal lahir, jenis – jenis kelamin, nomor ponsel, dan kata sandi yang masih tersandi. Semua data tersebut dijual dengan harga 5.000 USD atau setara dengan 74 juta Rupiah. [Diakses melalui situs https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-tokopedia-bocor-dan-dijual](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-tokopedia-bocor-dan-dijual).

Menurut Kotler dan Armstrong (2018 :244), kualitas pelayanan adalah suatu bentuk produk yang terdiri dari manfaat tidak berwujud, aktivitas, atau kepuasan yang diberikan. Kualitas pelayanan memiliki tingkat pelayanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna, dan semakin pelayanan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan maka semakin tinggi kualitas pelayanannya. Jika perusahaan atau lembaga tertentu dapat menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan atau pengguna, mereka akan puas.

Dikarenakan adanya beberapa perusahaan lain menciptakan aplikasi yang serupa, hal ini membuat semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Kualitas pelayanan yang dimiliki suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Jika kualitas pelayanan perusahaan kurang baik, maka konsumen akan kurang mengambil keputusan pembelian. Dalam hal ini, peneliti menemukan beberapa masalah dari pengguna Tokopedia



Gambar 1.3

Screen Shot Keluhan Konsumen Tokopedia pada Aplikasi Tokopedia di App Store



Gambar 3 - Keluhan konsumen Tokopedia pada aplikasi Tokopedia di App Store

Sumber: App Store (2022)

Selain kualitas layanan, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian biasanya konsumen melakukan pertimbangan melalui harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk suatu produk layanan, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan.

Berdasarkan dari data yang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan apakah kualitas layanan dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta?
2. Bagaimana kualitas layanan Tokopedia?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan Tokopedia di Jakarta?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada diatas, maka penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki batasan – batasan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tokopedia?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan Tokopedia di Jakarta?



D. Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah dari penelitian yang peneliti tetapkan sebagai berikut:

Objek yang diteliti merupakan M-commerce Tokopedia

Pelanggan yang diteliti hanya pelanggan yang telah melakukan pembelian dalam kurung waktu 3 bulan terakhir

Tempat penelitian ini berada di daerah DKI Jakarta

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian dapat dirumuskan rumusan masalahnya sebagai berikut. yang sudah diuraikan oleh peneliti diatas, maka dari itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah Kualitas Layanan dan Harga memengaruhi keputusan pembelian pada E-commerce Tokopedia di DKI Jakarta?”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian layanan Tokopedia pada pengguna Tokopedia di Jakarta

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian layanan Tokopedia pada pengguna Tokopedia di Jakarta

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan para pembaca maupun peneliti secara akademik, literatur, dan juga praktis.

1. Bagi peneliti manfaat yang diperoleh dari bidang akademik penelitian ini adalah untuk syarat memenuhi kelulusan agar mendapatkan gelar sarjana strata 1 manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Manfaat literatur yang diperoleh oleh penelitian ini tujuannya adalah untuk memperluas penelitian di Indonesia pada M-commerce pada konteks transaksi reguler.

3. Manfaat praktis yang diperoleh penelitian ini tujuannya untuk membantu para penjual dan perusahaan pada M-commerce di Jakarta dalam merancang strategi pemasaran yang lebih amat efektif dalam mendorong para pembelian impulsif.