

## BAB I

### PENDAHULUAN

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

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Perdagangan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membeli dan menjual barang atau jasa. Perdagangan dilakukan secara tradisional dimana para penjual harus memiliki sebuah tempat untuk menjual barang, dan pelanggan harus pergi ke tempat penjual untuk membeli barang. Perdagangan tradisional memiliki beberapa kelemahan. Di sisi penjual, penjual harus mempekerjakan pekerja dan menyewa toko, ini menjadi biaya tambahan bagi penjual. Di sisi pelanggan, tidak semua orang mempunyai waktu luang untuk berbelanja, apalagi ditambah dengan waktu transportasi. Beberapa pelanggan lebih suka membeli berbagai produk di bawah satu atap, tetapi ketika suatu produk sulit ditemukan, pelanggan harus mengunjungi beberapa toko yang berbeda untuk menemukan produk yang diincarnya. Ini menjadi kelemahan dari perdagangan tradisional. Meskipun memiliki kelemahan, perdagangan tradisional memungkinkan pelanggan untuk memeriksa barang dengan cermat saat mereka berbelanja, dan juga memungkinkan pelanggan untuk melihat konstruksi, gaya, dan atribut produk lainnya serta memberikan sentuhan. (Xu et al., 2021).

Seiring dengan perkembangan zaman, muncul jenis perdagangan baru yang disebut dengan *e-commerce*. Menurut Laudon & Traver (2021:45), *e-commerce* didefinisikan sebagai praktik menjalankan bisnis menggunakan alat-alat Internet, seperti *World Wide Web*, aplikasi seluler, dan browser seluler. Secara formal, *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai transaksi yang dilakukan oleh perusahaan kepada pelanggan yang

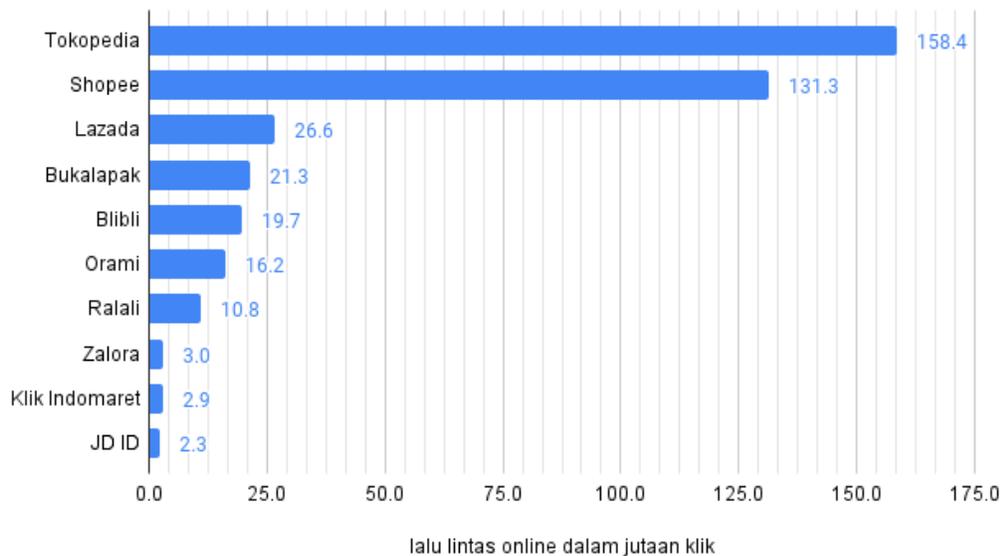
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



dimungkinkan oleh teknologi digital. Saluran online dan offline menawarkan pelanggan lingkungan yang sama sekali berbeda. Belanja secara *online* memungkinkan belanja lintas wilayah dan memungkinkan pelanggan untuk membeli barang yang diinginkan tanpa meninggalkan rumah. Selain itu, saat membeli secara *online*, pelanggan memfokuskan pilihan mereka pada gambar dan deskripsi teks produk (Xu et al., 2021).

Indonesia adalah rumah bagi berbagai situs *e-commerce*, sebagai contohnya adalah Blibli, Zalora, Bukalapak, Lazada, Ralali, Shopee, Tokopedia, dan masih banyak lagi. Situs-situs ini memberi pelanggan pengalaman belanja online terbaik dengan menawarkan berbagai fitur transaksi yang menjadikan pengalaman berbelanja secara keseluruhan semudah dan menyenangkan mungkin. Dari menelusuri produk hingga mengelola opsi pembayaran dan pengiriman, situs *e-commerce* ini memiliki semua fitur dan layanan yang dibutuhkan pelanggan untuk berbelanja dengan cepat dan bebas stres.

**Gambar 1.1**  
**Situs E-Commerce Terkemuka di Indonesia Per Kuartal Ke-2 2022, Menurut**  
**Lalu Lintas Bulanan (Dalam Juta Kunjungan Web)**



1. Dilarang menyalin 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.

Sumber: statista.com, 2022

Berdasarkan gambar 1.1, Tokopedia menjadi situs *e-commerce* terpopuler di Indonesia per kuartal kedua 2022, dengan jumlah klik lebih dari 158,4 juta. Kedua adalah Shopee dengan jumlah klik 131 Juta. Dan pada peringkat ketiga, yaitu Lazada dengan jumlah klik 26 juta.

Didirikan pada tahun 2009, Tokopedia merupakan sebuah perusahaan *e-commerce* Indonesia yang sejak itu telah menjadi bagian penting dari ekonomi digital Indonesia. Tokopedia merupakan anak perusahaan dari GoTo, yang merupakan perusahaan induk baru yang dibentuk dari merger dengan Gojek pada tahun 2021. Tokopedia menyediakan berbagai macam fitur, selain untuk membeli barang secara *online*, pelanggan dapat membayar tagihan utilitas, seperti listrik, pulsa, air, dll. Untuk melancarkan kenyamanan transaksi, Tokopedia bekerja sama dengan berbagai perusahaan untuk memudahkan konsumen untuk memilih metode pembayaran dan pengiriman.

**Tabel 1.1**  
**Penetrasi Pembeli Digital di Indonesia dari Tahun 2017 Hingga 2025 (2021 Hingga 2025 Adalah Ramalan)**

| Tahun       | Persentase Penetrasi Pembelian Digital |
|-------------|--|
| 2017        | 26.5%                                  |
| 2018        | 34.9%                                  |
| 2019        | 43.9%                                  |
| 2020        | 50.5%                                  |
| <b>2021</b> | <b>57.4%</b>                           |
| <b>2022</b> | <b>64.1%</b>                           |
| <b>2023</b> | <b>69.7%</b>                           |
| <b>2024</b> | <b>73.3%</b>                           |
| <b>2025</b> | <b>77.0%</b>                           |

Sumber: statista.com, 2022

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.





Berdasarkan tabel 1.1, *e-commerce* telah berkembang di Indonesia selama beberapa waktu dan diperkirakan tidak akan melambat dalam waktu dekat, dan pada 2025, penetrasi *e-commerce* di Indonesia diperkirakan mencapai 77,0% dari populasi. Meskipun pertumbuhannya cepat, pada tahun 2020, penetrasi *e-commerce* di Indonesia hanya 50,5%, dan prediksi pada tahun 2022 adalah 64,1%. Ini membuat peluang bagi *e-commerce* untuk tumbuh sangat besar. Tokopedia harus siap bersaing dengan *e-commerce* lainnya, seperti Shopee yang memiliki peringkat kedua dengan jumlah kunjungan yang mendekati Tokopedia.

Keputusan pembelian menurut Gunawan et al. (2019) adalah sebuah proses yang dilalui pelanggan sebelum melakukan pembelian di mana mereka menilai kebutuhan mereka, membuat pilihan, dan memilih barang dan merek tertentu. Langkah-langkah proses konsumen membuat keputusan secara *offline* atau *online* pada dasarnya sama. Di sisi lain, model umum perilaku konsumen harus diubah untuk memperhitungkan keadaan baru, dan aspek khas *e-commerce* yang memberikan peluang baru untuk interaksi pelanggan secara *online* juga harus diperhitungkan (Laudon & Traver, 2021:388). Dalam hal pengambilan keputusan pembelian, salah satu faktor yang dapat sangat memengaruhi keputusan pelanggan adalah kepercayaan pelanggan — mulai dari memastikan bahwa pertanyaan pelanggan dijawab tepat waktu hingga memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Kesuksesan perusahaan didasarkan pada penyediaan pelayanan berkualitas tinggi kepada pelanggannya, untuk mencapai pangsa pasar yang besar, dan meningkatkan laba (Dapas et al, 2019). Perusahaan jasa yang baik yang dapat mencapai keunggulan pemasaran harus dikelola dengan baik jika memiliki komitmen terhadap



kualitas layanan dan menggunakan strategi penanganan keluhan pelanggan. (Kotler & Keller, 2021: 218). Tokopedia sebagai perusahaan layanan harus memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Mulai dari kualitas layanan situsnya hingga kualitas layanan *customer service*. Berikut adalah ulasan terhadap layanan yang diberikan Tokopedia.

**Tabel 1.2**  
**Ulasan Pengguna Tokopedia di Google Maps Tahun 2022**

| No. | Nama    | Bulan          | Ulasan   |
|-----|---------|----------------|--|
| 1   | senita  | November 2022  | Layanan pelanggan yang buruk! Terburuk! Tidak ada yang tidak bisa dilakukan untuk melaporkan kepada manajer tentang barang saya yang hilang yang belum dikirim! Terus suruh nunggu tapi kayaknya ga ada yang respon tapi cuma auto bot reply yang bikin tambah kecewa! Terus beri tahu Anda untuk melapor ke bantuan kontak tetapi tidak akan terjadi apa-apa! Ini terburuk saya memberi Anda bintang minus jika saya bisa! Tapi ini bisa menjadi bintang satu terendah! Tokopedia <i>online</i> terburuk! Setelah ini selesai saya akan menghapus dan tidak akan pernah kembali! Tokopedia layanan pelanggan terburuk!  |
| 2   | Lorna W | September 2022 | CS Tokopedia semakin tidak jelas karena tidak paham dan tidak mau paham masalahnya apa walau sudah dijelaskan panjang lebar! Jadi CS tokopedia GAMPANG banget karena kerjanya hanya perlu COPY PASTE NASKAH kayak robot dan tidak bisa menjawab pertanyaan kayak manusia! Contoh paling NYATA di google review ini. Mereka cuma COPY PASTE NASKAH suruh isi form bantuan tapi setelah itu juga dikasih jawaban yang COPY PASTE NASKAH! Ganti aja namanya bukan @tokopediacare tapi @tokopediacopypastenaskah !! KENAPA YAH GA ADA LAWYER YANG TERGERAK GITU HATINYA UNTUK MENGGERAKKAN CLASS ACTION TERHADAP PERUSAHAAN MARKETPLACE MACAM INI YANG SEMAKIN SEWENANG-WENANG PADAHAL SUDAH BANYAK BANGET KORBAN NYA. BUKTI LENGKAP SUDAH DILAMPIRKAN BAHWA TOKOPEDIA SALAH TAPI TETAP GA MAU |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



|   |               |           |   |
|---|---------------|-----------|---|
|   |               |           | NGAKU DAN SOK SUCI MAHA PALING BENAR DAN BERKUASA!  |
| 3 | Tohid Badilah | Juli 2022 | Saya heran sama Tokopedia, sudah jelas2 pesanan saya di batalkan karena penjual salah resi, dan pesanan tak kunjung datang sama saya, akhirnya pihak penjual pun setuju untuk membatalkan pengiriman,... Ini kok Tokopedia jawab nya muter muter tidak jelas...minta kembalikan dana , susah nya kebangetan Tokopedia, di shope kalau komplain pesanan tidak diterima pembeli, langsung dana tidak bgtu lama kembali... Buruk!!!! |
| 4 | Dani Dado     | Juni 2022 | WARNING TOKOPEDIA!!! PELAYANAN BURUK!!!! CUSTOMER SERVICE GK RESPON!!! PENANGANAN MASALAH LELET. HATI HATI BELANJA DI TOKOPEDIA   |

Sumber: Google Maps, 2022

Berdasarkan tabel 1.2, terdapat keluhan dari penggunaan Tokopedia atas keburukan dari kualitas pelayanan yang diberikan. Pengguna Senita pada November 2022 mengeluh bahwa barang yang dibeli hilang dan belum dikirim. Pengguna kemudian mengeluh kepada Tokopedia, namun hanya mendapatkan jawaban otomatis dari robot dan tidak mendapatkan jawaban apapun dari pihak Tokopedia. Sama halnya dengan pengguna Lorna W pada September 2022 dan Dani Dado pada Juni 2022, yang mengeluh bahwa pelayanan Tokopedia hanya jawaban otomatis dari robot dan tidak mendapatkan respon. Pengguna Tohid Badilah pada Juli 2022 memiliki masalah bahwa pengiriman resi oleh penjual salah sehingga dibatalkan, setelah mengeluh ke Tokopedia, Tokopedia menjawab dengan berbelit-belit, sehingga proses pengembalian dana yang seharusnya mudah menjadi susah. Perusahaan yang secara konsisten memberikan pelayanan terbaik akan memperoleh keunggulan dalam persaingan, menumbuhkan loyalitas konsumen secara lebih leluasa dan mudah. Pelanggan yang menerima pelayanan prima lebih mungkin untuk melakukan pembelian (Mbeta & Tanamal, 2022). Pelayanan yang buruk akan membuat pelanggan enggan untuk melakukan pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



kembali, seperti pada contoh kasus pengguna Senita yang menghapus aplikasi Tokopedia dan tidak ingin menggunakannya lagi. Dalam meningkatkan keseluruhan pengalaman pembelian dan membina kepercayaan antara konsumen dan penjual, dukungan purna jual dapat membantu dalam pengembangan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. (Kotler & Keller, 2021:333)

Salah satu faktor penting yang diperhatikan seseorang saat melakukan belanja *online* adalah apakah mereka memiliki kepercayaan terhadap *e-commerce* dan memiliki kepercayaan terhadap penjual yang hadir di *e-commerce* (Mbeta & Tanamal, 2022). Membeli barang secara *online* membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi, karena konsumen tidak dapat memverifikasi produk secara langsung. Semakin rendah risiko yang dirasakan, maka semakin besar kepercayaan konsumen pada penjual (Mahliza, 2020). Kepercayaan yang rendah merupakan kendala bagi konsumen untuk mengadopsi *e-commerce* dalam konteks global. Pasar dunia maya terdiri dari beragam orang dan budaya, yang semuanya memiliki berbagai perspektif tentang kepercayaan. Akibatnya, sangat penting bagi perusahaan *e-commerce* untuk mendesain situs web dengan semua layanan yang diperlukan untuk mendapatkan kepercayaan dari target konsumen (Ahamed et al., 2016).

Dikutip dari berita detik.com, seorang pelanggan bertransaksi di toko “Pc seller” dan membeli hardisk eksternal 1 TB seharga Rp450.000. Saat barang tiba, pembeli hanya mendapatkan gambar hard disk. Saat pembeli mengeluh kepada penjual, penjual menjelaskan bahwa pada deskripsi produk dijelaskan bahwa produk yang dijual memang gambar hard disk, dan kelalaian adalah dari pembeli yang tidak melihat deskripsi produk. Penjual hanya menyetujui untuk mengembalikan uang sebesar Rp400.000.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Sebagai *e-commerce* terbesar di Indonesia, pelanggan akan percaya untuk bertransaksi di Tokopedia. Kepercayaan digital tidak pernah bisa diterima begitu saja. Membangun kepercayaan digital membutuhkan upaya terus-menerus, dan tergantung pada penyedia layanan untuk membuktikan bahwa layanan mereka dapat dipercaya. Sekali hilang, sulit untuk mendapatkannya kembali. Membangun kembali kepercayaan pada orang, teknologi, atau organisasi adalah proses yang sangat sulit dan, dalam beberapa kasus, bahkan mustahil (Launer et al., 2022). Tokopedia memiliki kewajiban kepada pelanggannya untuk memastikan platform mereka aman dan terjamin. Mereka harus bekerja keras untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menghilangkan potensi penipuan di platform mereka.

Keamanan pada *e-commerce* memiliki nuansa tersendiri, dan salah satu komponen keamanan yang paling terlihat yang mempengaruhi pelanggan adalah melalui interaksi pembayaran dengan bisnis. (Mucaram et al., 2013). *E-commerce* harus memastikan keamanan informasi pribadi dan transaksi keuangan pelanggan mereka, serta memberikan pengalaman belanja *online* yang baik sehingga pelanggan akan terus membeli secara *online* di masa mendatang (Kanchan et al, 2015). Pada Maret 2020, Tokopedia menjadi salah satu *e-commerce* yang paling terbesar di Tanah Air yang mengalami pelanggaran keamanan besar-besaran ketika penyerang mendapatkan akses tidak sah ke sistemnya, membahayakan sebanyak 91 juta akun pengguna. Data yang dicuri mencakup berbagai informasi pribadi pengguna seperti nama lengkap, alamat email, nomor telepon, hash kata sandi, tanggal lahir, dan informasi lainnya terkait profil Tokopedia pengguna. Insiden ini mengakibatkan kebocoran data berskala besar dan membuat banyak pengguna rentan terhadap potensi pencurian identitas dan penipuan.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Untungnya, data pembayaran pengguna aman, sehingga tidak dapat disalahgunakan.

- Keamanan yang buruk akan mempengaruhi kepercayaan untuk bertransaksi dan keamanan Tokopedia perlu ditingkatkan agar tidak disalahgunakan.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang dijelaskan di atas, maka peneliti memandang perlu untuk melakukan investigasi mendalam dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Tokopedia”

## 1.2. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahannya, terdapat berbagai permasalahan, antara lain:

1. Apakah kualitas layanan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?
2. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepercayaan pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?
3. Apakah penipuan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?
4. Apakah kepercayaan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?
5. Apakah keamanan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?
6. Apakah keamanan memengaruhi kepercayaan pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



### 1.3. Batasan Masalah

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?
2. Apakah kepercayaan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?
3. Apakah keamanan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?

### 1.4. Batasan Penelitian

Mengingat adanya keterbatasan waktu, kemampuan, dan biaya, maka peneliti melakukan batasan penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan dari tanggal September 2022 hingga Maret 2023;
2. Subjek pada penelitian ini adalah pengguna *e-commerce* Tokopedia;
3. Objek pada penelitian ini adalah *e-commerce* Tokopedia;
4. Wilayah pada penelitian ini adalah DKI Jakarta.

### 1.5. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian pelanggan di *e-commerce* Tokopedia, berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian di atas.

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.



## 1.6. Tujuan Penelitian

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dilakukannya penelitian ini adalah bertujuan:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?
2. Untuk mengetahui apakah kepercayaan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?
3. Untuk mengetahui apakah keamanan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berbelanja di *e-commerce* Tokopedia?

## 1.7. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan mampu membantu berbagai pihak-pihak, seperti:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk peneliti mendapatkan wawasan yang lebih besar tentang bagaimana kualitas layanan, kepercayaan dan keamanan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada *e-commerce* Tokopedia, sehingga memungkinkan kemajuan pengetahuan lebih lanjut di bidang ini.

2. Bagi Akademisi

Temuan penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai sumber tambahan informasi untuk upaya penelitian di masa depan, memberikan wawasan yang komprehensif dan mendalam untuk membantu mendorong eksplorasi lebih lanjut.

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. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan berharga tentang bagaimana kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan memengaruhi keputusan pembelian di *e-commerce* Tokopedia. Dengan memahami dampak dari variabel-variabel tersebut, Tokopedia dapat menggunakan data tersebut untuk mengoptimalkan pengalaman berbelanja pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan kesuksesan mereka secara keseluruhan sebagai bisnis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.