



## BAB 1

### PENDAHULUAN

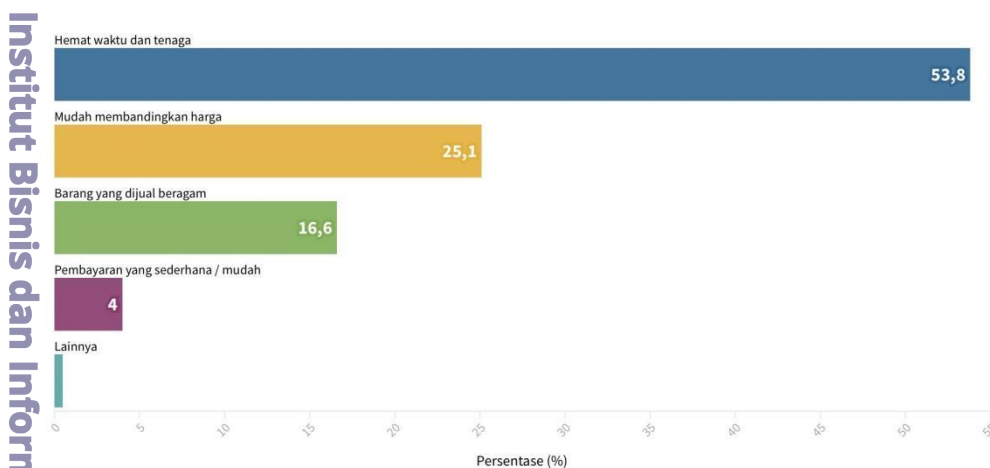
#### © Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi, beberapa konsumen yang awalnya membeli produk secara *offline* beralih membeli produk secara *online*. Banyak kemudahan yang konsumen rasakan saat berbelanja secara *online*. Sebagai contoh, ketika kita ingin membeli suatu produk yang biasanya konsumen harus datang ke toko dan melihat fisik produk tersebut secara langsung, sekarang tidak perlu lagi membuang waktu, cukup menggunakan aplikasi ataupun situs *e-commerce*, konsumen dengan mudah akan mendapatkan berbagai informasi mengenai produk tersebut.

Gambar 1. 1  
Alasan Konsumen Berbelanja *Online* di Indonesia Tahun 2022



Sumber : Dataindonesia.id

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.

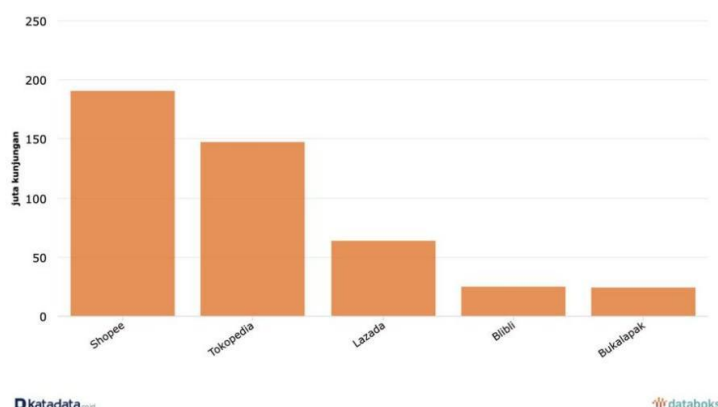
Berdasarkan hasil survei DataIndonesia.id, 53.8% responden berbelanja *online* karena lebih hemat waktu dan tenaga. Sebanyak 25.1% responden mengatakan lebih mudah membandingkan harga ketika berbelanja *online*. Ada pula konsumen yang berbelanja *online* karena barang yang dijual lebih beragam dibandingkan di toko fisik. Hal itu sebagaimana disampaikan oleh 16.6% responden. Sebanyak 4% responden berbelanja *online* karena merasa metode pembayaran yang dilakukan lebih sederhana/mudah. Sementara hanya 0.5% responden yang memilih faktor lainnya.

Aktivitas jual beli *online* atau bisnis *marketplace* adalah bisnis yang sedang berkembang pesat. *Marketplace* adalah *platform* berupa aplikasi atau *website* untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa secara *online* antara penjual dan pembeli. Mencari dan mendapatkan sebuah produk dengan adanya *marketplace* menjadi lebih mudah. Salah satu *marketplace* yang banyak digunakan adalah Shopee. Shopee adalah *platform* yang didirikan pada tahun 2009 dan pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 di Singapura. Shopee menyediakan berbagai macam informasi jual beli produk secara *online* yang bisa diakses dengan mudah hanya melalui *smartphone*.



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.

Gambar 1.2

Situs *Marketplace* dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia Tahun 2022

Sumber : Similarweb, Agustus 2022

Berdasarkan gambar 1.2 terlihat bahwa pada Agustus 2022 Shopee menerima 190.7 juta kunjungan di Indonesia. Angka ini meningkat 11.37% dibanding bulan sebelumnya, dimana kunjungan ke situs Shopee berjumlah 171.2 juta pada Juli 2022. Capaian itupun menjadikan Shopee sebagai situs *e-commerce* peringkat pertama di Indonesia per Agustus 2022. Shopee menjadi *e-commerce* paling populer dibandingkan *e-commerce* lainnya seperti Tokopedia, Lazada, Bilibili, dan lain-lain.

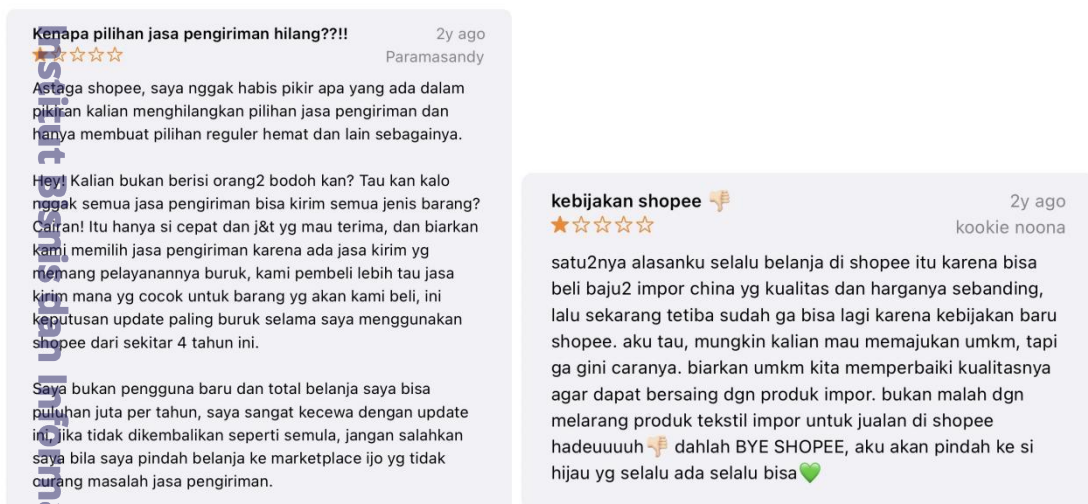
Umumnya, ketika konsumen merasa produk pilihannya sudah baik dan memuaskan, maka konsumen tidak ragu untuk membeli kembali produk tersebut. Niat beli ulang akan terjadi setelah konsumen melakukan pembelian dan mengonsumsi produk tersebut. Jika konsumen puas, maka akan ada kemungkinan konsumen untuk membeli produk itu kembali.

Niat beli ulang pada *marketplace* dapat dikatakan tercipta ketika konsumen sendiri sudah merasakan pengalaman belanja yang baik dari *marketplace* tersebut.

Dengan adanya pengalaman yang dimiliki konsumen, dapat mengurangi kekhawatiran konsumen dalam belanja *online*. Sebagian konsumen tergolong takut berbelanja *online* karena khawatir pada sistem keamanan. Jual beli *online* juga rentan dengan aksi penipuan dimana ada beberapa kasus ketika konsumen telah melakukan pembayaran, tetapi barang tidak sampai ke tangan konsumen. Ketika konsumen hilang niat untuk membeli kembali, maka akan menimbulkan ancaman bagi perusahaan.

Walaupun *marketplace* Shopee adalah *marketplace* unggul dengan kunjungan terbanyak di Indonesia, tetapi masih banyak konsumen yang merasa tidak nyaman dan memiliki beberapa kendala pada *marketplace* tersebut. Berdasarkan pengalaman konsumen, terdapat beberapa kendala yang dirasakan konsumen pada *marketplace* Shopee di *Apple Store*, diantaranya :

### Gambar 1.3 Kendala yang Dirasakan Konsumen pada *Marketplace* Shopee di Indonesia pada Tahun 2021 - 2023





**CS Shopee lebih berpihak kepada penipu daripada orang yang di tipu jelas2 saya di curangi** 8 Jun  
wavesk1212

Dear Shopee,

Saya transaksi tas senilai 20jt. Tetapi setelah sampai saya kaget karena tidak sesuai deskripsi dan bahkan testimoni penjual juga ada bintang 1 dimana dia kirim barang yang tidak sesuai dan pihak Shopee masih membela.

Saya minta refund tidak disetujui hanya karena saya tidak kirim video unboxing saya ngga ngerti gimana cara nya orang rekam video unboxing di saat lagi buka paket ?? padahal saya kirim foto itu juga 1-2 menit setelah barang sampai langsung saya komplain. Dan jelas-jelas penjual memanipulasi dengan alasan yang berbelit-belit. Itu tas benar2 sudah busuk berbeda jauh dari deskripsi. Tapi pihak Shopee tetap membela penjual yang jelas-jelas berbohong.

Saya ini Akun nya Premium Prioritas. Sudah sering belanja di Shopee. Setelah saya bandingkan dengan TOKOPEDIA. CS TOKOPEDIA JAUH LEBIH BAGUS CARA HANDLE NYA. BAHKAN ADA MASALAH MEREKA TELFON. Karena di Tokopedia pun saya juga Akun Prioritas. Kedua platform sama2 Prioritas tapi DI SHOPEE saya TIDAK SEPERTI PRIORITAS. Dan TOKOPEDIA benar2 sesuai dan sigap. Di CS nya juga setiap 4 menit kalau TIDAK DI CHAT langsung terputus dan ulang lagi dari awal cerita masalahnya dan selalu penanganannya TIDAK PERNAH SESUAI DARI YANG SAYA HARAPKAN. Benar2 TIDAK BERGUNA. Jujur awalnya Shopee lebih appealing daripada competitor tapi setelah saya pikir-pikir CARA SHOPEE HANDLE CUST SANGATLAH BURUK. Oleh sebab itu, se bagus apapun Shopee saya akan uninstall aplikasi ini. Dan tidak akan pakai lagi aplikasi ini.

**Tidak bisa memilih jasa kirim**

16 Dec

★★★★★

bshdodmbd

Baru kali ini saya sangat kecewa dg shopee. Setelah fitur jasa kirim di hilangkan pengiriman semakin lama. terlebih sekarang punya ekspedisi sendiri shopee express malah makin kacau pengirimannya. barang selalu telat di kirim dan harus claim perpanjangan garansi terus2an. Yg biasanya 3 hari sampe, sekarang seminggu saja paket belum di kirim2 menunggu ekspedisi shopee yg ambil. sumpah ya jadi kalo mau beli barang sekiranya butuh banget ini gabisa. apalagi kadang paket di lemparkan ke ekspedisi lain karena masa pengiriman sudah habis dan jadi makin lama sampenya. Apalagi biaya ongkir jadi lebih mahallllll. Tolong untuk shopee di perbaiki lagi ekspedisinya kalau memang gak sanggup mengirim paket yg begitu banyak mending di ubah jadi fiturnya. Jangan kemaruk semuanya di ambil alih sendiri tp malah bikin orang kecewa. Saya sekarang lebih suka belanja di toko hitam. Lebih cepat pengiriman dan murah ongkirnya. Kecewa kepada shopee

**User name nika97**

Thu

★★★★★

Nika lia

Saya adalah korban penipuan melalui kartu kredit.. kartu kredit saya d pakai transaksi di shopee.. selang bberapa jam saya langsung tlp pihak shopee untuk membatalkan transaksi tersebut dengan melaporkan nomor kartu kredit yang di gesek oleh pelaku, namun pihak Cs shope bilang bahwa tidak ada yg transaksi menggunakan cc tersebut.. di hari yang sama pihak shopee minta lampirkan bukti melalui email bahwa benar ada transaksi yang menggunakan Cc saya.. Setelah saya lampirkan keesokan hari nya ada balasan email dari shopee nya bahwa menyatakan ada transaksi pakai krtu kredit saya dengan nomor karti kredit yang saya sebutkan kemarin.. namun pihak shopee tidak bisa membatalkan transaksi tersebut dikarna kn sudah di proses oleh penjual.. dan tidak ada kebijakan sama sekali oleh pihak shopee nya saya tidak diberi data2 pelaku. Disini saya korban pihak shopee nya sama saja melindungi pelaku.. nanti banyak lagi korban nya selain saya hati2 sistem shopee nya buruk sekali dia hanya membukuan akun pelaku.. dan bisa saja pelaku tinggal ganti akun

**Nomer banyak di spam**

Thu

★★★★★

instagram @kemdoy

Semenjak sy daftar shopeeafiliat, banyak banget nomer yg mengatas namakan shopee wa dengan beberapa nomer lain. Apakah pengamanan nomer yg di daftar tidak bisa di lindungi!!

**Buruk**

Thu

★★★★★

shopee buruk

Pelayanan sangat buruk saya sangat menyesal karena akun saya terblokir pelayanan nya sangat sangat buruk

**Spaylter**

Thu

★★★★★

chzkn

KECEWA

**Jelek**

Thu

★★★★★

Anonim234556771

Pelayanan jelek

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.

**Sumber : Apple Store (Shopee)**



Beberapa kelemahan yang dimiliki bisnis *online* dapat merusak keunggulan perusahaan, salah satunya adalah hilangnya kepercayaan konsumen. Berdasarkan gambar 1.3, dapat dilihat bahwa masih banyaknya kendala yang dialami oleh konsumen. Kendala yang dirasakan dari beberapa konsumen yaitu konsumen Nika Lia merasa sangat kecewa karena Shopee menghilangkan pilihan jasa pengiriman dan merasa ingin beralih ke *marketplace* lain, konsumen Wavesk1212 memberikan keluhan bahwa konsumen memiliki akun *premium* prioritas tetapi Shopee memberikan penanganan yang tidak sesuai dari yang konsumen harapkan dan menghilangkan kepercayaan konsumen sehingga konsumen tidak mau lagi menggunakan *marketplace* Shopee.

Beberapa pengalaman konsumen yang kurang baik tersebut dapat berpengaruh negatif pula terhadap kepercayaan konsumen pada *marketplace* Shopee. Dalam dunia bisnis, kepercayaan merupakan sebuah pondasi. Membangun kepercayaan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena kepercayaan konsumen akan mengarah pada *feedback* yang positif. Beberapa kendala yang dialami konsumen tentunya akan mempengaruhi perilaku konsumen di masa yang akan datang. Konsumen yang tidak puas akan menimbulkan suatu ketidakpercayaan terhadap suatu perusahaan sehingga tidak dapat menimbulkan niat beli ulang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KGG (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 IBIKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



## 1.2 Identifikasi Masalah



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

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, identifikasi masalah yang akan diteliti yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Apakah pengalaman konsumen berpengaruh terhadap niat beli ulang pada *marketplace* Shopee?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap niat beli ulang pada *marketplace* Shopee?
3. Apakah terdapat hubungan antara pengalaman konsumen dan kepercayaan konsumen pada *marketplace* Shopee?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi lebih terfokus, ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Apakah pengalaman konsumen berpengaruh terhadap niat beli ulang pada *marketplace* Shopee?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap niat beli ulang pada *marketplace* Shopee?



## 1.4 Batasan Penelitian



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Agar tujuan menjadi lebih terarah, batasan penelitiannya yaitu:

1. Obyek penelitian adalah *marketplace* Shopee.
2. Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah berbelanja di *marketplace* Shopee.
3. Variabel yang akan diteliti adalah pengalaman konsumen, kepercayaan konsumen, dan niat beli ulang.
4. Data yang dikumpulkan berdasarkan kuisisioner.
5. Periode penelitian dilaksanakan dari bulan April 2023 sampai Agustus 2023.

## 1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apakah Pengalaman Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Berpengaruh terhadap Niat Beli Ulang Konsumen pada *Marketplace* Shopee?”

## 1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman konsumen terhadap niat beli ulang konsumen pada *marketplace* Shopee.

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.



2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap niat beli ulang konsumen pada *marketplace* Shopee.



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

### 1.7 Manfaat Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat dikaji lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang, serta salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi terhadap pengalaman konsumen serta menjaga kepercayaan konsumen untuk meningkatkan niat beli ulang pada *marketplace* Shopee.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan menjadi literatur untuk menambah wawasan mengenai variabel yang diteliti bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian lebih lanjut.

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.