

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, teknologi digital banyak mengalami peningkatan yang cukup pesat, hingga banyak perusahaan lokal mulai beralih ke versi digital untuk menjangkau masyarakat lebih banyak. Salah satunya adalah marketplace dan *e-commerce* terkenal di Indonesia. Dengan adanya perkembangan seperti ini maka akan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang ada di Indonesia. Dengan adanya berbagai marketplace yang ada maka akan menjadikan persaingan yang ketat diantara marketplace yang berkembang di Indonesia. Para perusahaan *e-commerce* dengan gencar bersaing untuk menawarkan model bisnis yang mirip dengan perusahaan lainnya. Penggunaan *Loyalty program* berbasis digital banyak dilakukan oleh *e-commerce* yang mana diharapkan akan terciptanya kepuasan pelanggan dan mencegah mereka untuk menggunakan perusahaan *e-commerce* lainnya. Untuk membangun dan memelihara bisnis marketplace terus berkembang, kepuasan pelanggan menjadi penentu dalam keberhasilan bisnis ini. Salah satu *E-commerce* terkenal dan banyak pengguna di Indonesia adalah Lazada.

Lazada merupakan sebuah *marketplace* yang menyediakan tempat bagi para pengusaha untuk berjualan secara *online* sehingga mereka dapat mengelola dan mengembangkan bisnisnya dengan lebih mudah. Dengan mengunjungi website atau aplikasi Lazada, Lazada berharap dapat memberikan pengalaman dan kemudahan masyarakat dalam berbelanja, seperti berbelanja dalam beberapa kategori yang ada seperti peralatan elektronik, pakaian, produk kesehatan, alat-alat rumah tangga, produk kecantikan dan lain sebagainya. Dengan menghadirkan kemudahan bagi pelanggan, Lazada juga berharap para pengusaha dapat memasarkan produknya dengan mudah, luas, dan gratis.

Dalam bertransaksi, Lazada menawarkan berbagai alternatif pilihan pembayaran kepada konsumen. Lazada menawarkan layanan *cash on delivery* atau biasa disebut bayar ditempat, pembayaran juga dapat dilakukan melalui toko/*delivery*

counter seperti Alfamart dan Indomaret, juga dapat menggunakan kartu kredit atau debit, serta *e-wallet* seperti DANA dan OVO.[1]

Lazada cukup populer di pakai di kalangan masyarakat, hal ini bisa terlihat bahwa lazada mampu mempertahankan eksistensi nya di tengah banyak nya *e-commerce* yang ada. Selama periode januari hingga maret tahun 2023, sebanyak 83,2 jt pengguna mengunjungi Lazada. Meski terlihat menurun dibanding tahun sebelumnya, namun pada maret 2023 bersamaan dengan datangnya bulan Ramadhan kunjungan di situs web lazada meningkat sebesar 13% (databoks.katadata.co.id). Meski mengalami naik turun namun bisa dibilang Lazada masih eksis digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, permintaan berbelanja atau pemuasan kebutuhan pada aplikasi ini dapat dikatakan cukup tinggi. Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan dambaan setiap pelaku bisnis. Karena memuaskan pelanggan dapat mendatangkan banyak keuntungan dan keuntungan bagi perusahaan. Pelanggan yang puas saat berbelanja akan cenderung kembali ke tempat yang sama untuk membeli kebutuhan yang di butuhkan.

Dalam hal ini bisa dibilang kepuasan pelanggan menjadi kunci agar pelanggan tersebut kembali lagi dan melakukan transaksi ulang di platform tersebut dan memberi dampak yang baik bagi perusahaan dalam peningkatan volume penjualan dalam bisnis yang berorientasi pada pelanggan, kualitas pelayanan menjadi kunci dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Banyak penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Menurut Moon, peningkatan kualitas *e-service* sangat penting dilakukan untuk membuat pelanggan tetap loyal pada *e-commerce* tersebut. Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang ada dalam perusahaan *e-commerce* memiliki istilah lain, kepuasan pelanggan disebut *e-satisfaction* (kepuasan elektronik) dan kualitas pelayanan disebut *service quality* (kualitas layanan elektronik). Dengan berdasarkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dapat divisualisasikan sebagai penerimaan juga pemanfaatan pengguna yang berkunjung pada situs perusahaan daring. terdapat urgensi untuk peningkatan kualitas pelayanan yang mana difungsikan mendeteksi situs tersebut dapat mempermudah akses jual beli serta pengiriman produk secara efisien bagi

penggunanya ataupun perusahaannya[2]. Kesimpulan yang didapatkan dari penjelasan di atas, penulis ingin melaksanakan penelitian lebih lanjut tentang kualitas layanan *website* dan kepuasan pelanggan dari pengguna situs layanan belanja lazada, yang mana diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan belanja online dalam memperbaiki strategi pemasaran secara keseluruhan.

1.2 Rumusan Masalah

Dibawah ini adalah rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan website terhadap kepuasan pelanggan pada *e-commerce* lazada?

1.3 Tujuan

1. Menjelaskan bagaiman faktor kualitas layanan website dan kepuasan pelanggan dalam berbelanja online apakah berpengaruh pada satu sama lain.

1.4 Manfaat

Dari perspektif teoritis, manfaat penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor penerimaan teknologi dan kualitas layanan website dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan saat berbelanja online, khususnya pada situs web belanja lazada. Selanjutnya, penelitian ini akan melakukan studi empiris baru mengenai hubungan antara aspek-aspek layanan website dan kepuasan pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Dari penelitian ini tersusun atas 3 bab yakni pendahuluan, kajian pustaka dan metode penelitian.

Bab I Dalam bab ini berisi pendahuluan, yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan manfaat serta sistematika penulisan.

Bab II Dalam bab ini membahas literature terdahulu, teori-teori yang digunakan dalam penelitian, pengembangan hipotesa, dan kerangka konseptual

Bab III Dalam bab ini membahas metode penelitian, populasi dan sampel, sumber penelitian terdahulu, metode pengumpulan dan pengukuran data dan alat uji yang digunakan.

Bab IV Dalam bab ini membahas tentang hasil dan pembahasan, yang mencakup hasil analisis data kuisisioner dan pembahasan dari pelaksanaan peneltian.

Bab V Dalam bab ini membahas tentang kesimpulan beserta saran