

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Di zaman yang semakin modern ini, teknologi berkembang begitu pesat dan maju. Teknologi saat ini memiliki peran yang sangat penting dalam aktivitas bisnis, terutama dalam pemasaran, karena dapat mempermudah dalam mengakses dan mempublikasikan informasi, mengurangi biaya produksi dan operasional, mempermudah proses komunikasi dalam bekerja dan pemantauan para karyawan. Salah satu bentuk teknologi yang banyak digunakan yaitu *E-commerce*. *Electronic Commerce (E-commerce)* adalah segala aktifitas jual beli secara online yang dilakukan masyarakat melalui media elektronik seperti Bukalapak, Shopee, Lazadaa, Tokopedia dan lainnya dengan menggunakan jaringan internet.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berbelanja secara online dikarenakan kemudahan dalam transaksi, keamanan yang terjamin, harga terjangkau dan sebagainya. Penelitian ini berfokus untuk meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk pada *e-commerce* shopee. Shopee adalah platform belanja online terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan yang diiluncurkan pada tahun 2015. Shopee merupakan platform yang disesuaikan untuk setiap wilayah yang menawarkan pengalaman belanja online dengan mudah, aman, dan cepat kepada pelanggan.

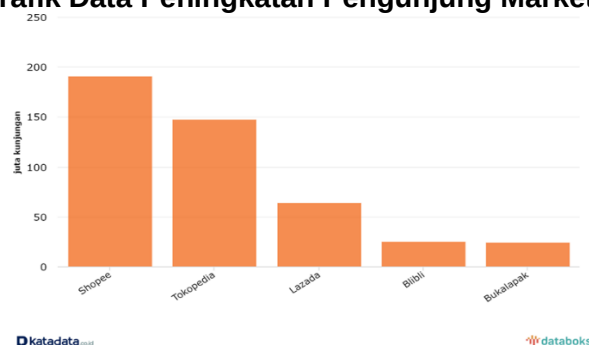
Menurut Mowen Dan Minor (2012), Kepercayaan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat

konsumen tentang objek, fitur, dan manfaat. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu di mana seseorang memiliki kepercayaan dan memberikan sikap. Menurut Kasmir (2017) kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Keamanan produk merupakan salah satu aspek untuk pengolahan dan perlindungan terhadap produk sehingga pelanggan yakin untuk melakukan transaksi melalui internet.

Berdasarkan data hasil survei APJI (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet) menjelaskan, kenaikan jumlah pengunjung internet di Indonesia pada tahun 2022 antara lain disebabkan dari beberapa faktor seperti, lebih mudah dan praktis dalam melakukan pekerjaan, biayanya yang murah, komunikasinya tidak terbatas dan meningkatkan sistem penjualan secara online. Oleh karena itu Shopee menjadi salah satu situs yang melakukan penjualan secara online. Shopee juga adalah salah satu website dengan pengunjung terbanyak di Indonesia dibandingkan website lainnya.

**Gambar 1**

**Grafik Data Peningkatan Pengunjung Marketplace**



Sumber : D Katadata.Co.Id Similarweb, September 2022

Dilansir dari [katadata.co.id](https://katadata.co.id) menjelaskan, pada Agustus 2022, situs web shopee menerima 190,7 juta kunjungan dari Indonesia. Jumlah tersebut meningkat 11,37% dibandingkan bulan sebelumnya website shopee mencatat total 171,2 juta kunjungan pada bulan Juli 2022. Pencapaian tersebut menjadikan Shopee sebagai *e-commerce* nomor satu di Indonesia pada bulan agustus 2022, menurut [katadata.com.id](https://katadata.com.id). Dibawah shopee, ada situs Tokopedia yang menerima 147,7 juta kunjungan. Kemudian, pada periode yang sama terdapat 64,1 juta kunjungan ke website Lazadaa, berikutnya 24,9 juta kunjungan ke website Blibli dan 24,1 juta kunjungan ke website Bukalapak.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji teori ini di antara lain Nuninig Lisdiana (2021) bahwa kualitas produk, kepercayaan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen secara online di online shop lazadaa. Penelitian selanjutnya Anisa Fadila et al (2021) menunjukkan bahwa kepercayaan dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian online pada shopee dan untuk kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Penelitian dari Sri Nawangsari (2017) menunjukan bahwa secara persial kepercayaan, kualitas pelayanan dan keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Trifena Revangeliasta Mambu et al (2021) menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan melihat hasil data pertumbuhan pengunjung diatas yang luarbiasa, dan beberapa perilaku konsumen yang telah dijelaskan yaitu kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk memiliki

pengaruh positif dan negatif terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada *E -Commerce* Shopee Di Kota Malang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian online pada *e -commerce* shopee di kota Malang?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online pada *e -commerce* shopee di kota Malang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online pada *e -commerce* shopee di kota Malang?
4. Bagaimana pengaruh keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada *e -commerce* shopee di kota Malang?
5. Variabel independen manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian online pada *e -commerce* shopee di kota Malang?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai sehubungan dengan rumusan masalah di atas adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce* shopee di kota Malang
2. Untuk menganalisis kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce* shopee di kota Malang
3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce* shopee di kota Malang
4. Untuk menganalisis keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce* shopee di kota Malang
5. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang

### D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini di harapkan mampu memberikan manfaat atau kegunaan bagi pengembangan ilmu maupun bagi pembaca

1. Manfaat Teori
  - a. Mengimplementasikan teori dan ilmu yang diperoleh dalam perkuliah dibidang pemasaran pada mata kuliah pemasaran jasa dan strategi pemasaran.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan objek yang sama

## 2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk di e-commerce shopee.