

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aplikasi belanja online yang terdapat di Indonesia beragam, Salah satu dari aplikasi tersebut adalah Shopee. Shopee merupakan aplikasi belanja online yang menyediakan berbagai media penjualan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat seperti fashion, peralatan rumah tangga, dan sebagainya. Shopee menjadi aplikasi belanja daring pertama yang membuat pengguna aplikasi tersebut dapat menjelajahi, berbelanja, maupun menjual berbagai jenis produk. Situs Shopee merupakan sebuah wadah khusus yang dirancang dan disesuaikan untuk kebutuhan pasar Asia Tenggara untuk menyediakan pengalaman belanja *online* yang mudah, aman dan fleksibel melalui sistem pembayaran dan dengan sistem logistik yang kuat.

Niat beli ulang merupakan tindakan konsumen untuk membeli kembali suatu produk karena adanya kepuasan dan kepercayaan yang dirasakan setelah melakukan pembelian, Dalam proses pembelian, niat beli atau niat beli ulang ini berkaitan erat dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan untuk memakai ataupun membeli produk tertentu. Niat pembelian ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan niat beli ulang (kotler dan keller, 2009).

Niat beli ulang akan terjadi ketika konsumen melakukan aktivitas pembelian kembali untuk kedua kalinya atau lebih, dimana alasan pembelian ulang terutama didasari oleh pengalaman pelanggan terhadap produk dan

jasa. Niat beli ulang tentunya akan tumbuh dalam diri konsumen ketika konsumen merasakan puas dan percaya terhadap produk yang sebelumnya dibeli konsumen dan ingin digunakan kembali.

Tabel 1.1 DATA PENGUNJUNG APLIKASI SHOPEE DI INDONESIA

NO	Tahun	Jumlah pengunjung (orang)
1	2019	128.938.000
2	2020	390.826.700
3	2021	527.556.700
4	2022	264.073.367

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>

Berdasarkan tabel 1.1 diatas data pengunjung aplikasi Shopee di Indonesia 4 tahun Terakhir mengalami Fluktuasi. Dilihat dari hasil presentase jumlah pengunjung dari tahun 2019-2020 mencapai 261.888.700 (203%),kemudian pada tahun 2020-2021 mengalami kenaikan sebesar 136.730.000 (34,9%),pada tahun 2021-2022 mengalami penurunan yang sangat drastis sebesar 263.483.333 (49,9%) sehingga perlu dilihat pengaruh jumlah pengunjung dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung tersebut yaitu kepuasan,kepercayaan pelanggan di Shopee.

Perubahan naik turunnya jumlah pengunjung Aplikasi Shopee di Indonesia turut menentukan popularitas aplikasi,hal tersebut sangat berpengaruh terhadap Kepuasan,kepercayaan pelanggan dan Niat beli Ulang di shopee.

Perusahaan bisa dikatakan sukses ketika bisa menciptakan niat beli ulang di benak konsumen sehingga terjadi pembelian secara berulang dan terus menerus. Berdasarkan hasil riset Penulis baik melalui *website* aplikasi dan juga pencarian di internet menemukan beberapa pelanggan menilai pelayanan yang dilakukan Shopee dalam menyaring produk cukup mengecewakan karena masih banyak ditemukannya produk palsu dan juga produk yang tidak sesuai dengan produk asli yang ditampilkan digambar saat sebelum membeli. Selain itu, meningkatnya jumlah pengguna Shopee juga berdampak pada lamanya pengiriman barang ke konsumen. Banyak konsumen yang mengeluhkan barang mereka telat diterima karena waktu pengiriman barang cukup lama dari yang dijanjikan.

Bagi seorang pelanggan, Kepercayaan dan kepuasan pelanggan merupakan konsep yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Karena kepercayaan berasal dari kepuasan,kepuasan pelanggan merujuk pada perasaan seorang pelanggan apakah nyaman ataupun kecewa setelah membandingkan suatu produk yang dikemas atau suatu hasil jasa yang disesuaikan dengan harapan pelanggan tersebut.

Penelitian terdahulu tentang “pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan dan kepuasan terhadap niat beli ulang konsumen di Shopee” dilakukan oleh Ningrum,dkk (2021). Berdasarkan hasil penelitian ini,kemudahan penggunaan,kepercayaan dan kepuasan secara (simultan) bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang konsumen di Shopee,kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang konsumen di

shopee,kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang konsumen di shopee, kepuasan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen shopee.

Penelitian terdahulu tentang “Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Go-Food Di Feb Unud” oleh Bagus Dwipayana dan Eka Sulistyawati (2018) Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang. Hasil hipotesis kedua menunjukkan kepuasan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Hasil hipotesis ketiga menunjukkan kepuasan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang, dan yang terakhir hipotesis keempat menunjukkan bahwa kepuasan memediasi secara positif hubungan antara kepercayaan terhadap niat beli ulang. Tingginya tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen akan meningkatkan peluang niat membeli ulang dari konsumen.

Berdasarkan uraian Perbedaan hasil penelitian terdahulu tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan pelanggan Terhadap Niat beli Ulang Pada Platform Shopee (Study Kasus pada Mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat beli Ulang pada Platform Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiwa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang)

1.3 Persoalan Penelitian

1. Apakah Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Niat Beli Ulang pada platform Shopee?
2. Apakah Kepercayaan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Niat Beli Ulang pada platform Shopee?

1.4 Tujuan dan manfaat penelitian

1.4.1 Tujuan

- a. Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Niat Beli Ulang pada platform Shopee.
- b. Untuk Mengetahui Kepercayaan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Niat Beli Ulang pada platform Shopee.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain :

- a. Manfaat Akademik

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembanding untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun proposal skripsi dengan baik dan benar.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap niat beli ulang sehingga

dapat, menjadi masukan yang berguna bagi pelaku pasar online di shoppe sehingga dapat memaksimalkan kepuasan dan kepercayaan agar dapat menarik pelanggan.