

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi serta ilmu pengetahuan dapat membawa dampak dan pengaruh yang signifikan pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis produk yang ditawarkan. Perusahaan - perusahaan yang termasuk dalam industri kecil, menengah maupun besar, yang merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku dan penunjang kegiatan ekonomi di negeri ini, semakin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai senjata untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan yang kian hari kian ketat.

Penggunaan teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan *e-commerce* yaitu untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. *E-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet. Saat ini pembaruan dalam *e-service quality* diperlukan untuk mencapai kepuasan pelanggan sehingga menimbulkan niat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian *online*.

Guten.inc adalah perusahaan fashion brand lokal yang fokus utamanya bergerak pada produk berbahan dasar kulit yang berdiri pada tahun 2011. Produk yang dijual berupa sepatu, dompet, ikat pinggang, sandal, jaket tas. Untuk memenuhi keinginan konsumen Guten.inc juga memproduksi produk selain kulit berupa celana, baju dan aksesoris berupa jam tangan, gelang, kalung, cincin sehingga Guten.inc lebih menarik.

Guten.inc memberikan pelayanan yang maksimal dan juga memiliki produk yang unik, berkualitas dan desain yang modern diminati oleh konsumen lokal para pengendara motor besar, mahasiswa, pekerja kantoran, maupun konsumen dari berbagai daerah dimancanegara, Guten.inc melayani pembuatan desain sesuai keinginan konsumen.

Konsumen tidak harus jauh-jauh datang ke kota Bandung, untuk membeli produk. Konsumen Guten.inc dapat mengakses situs website untuk berbelanja, Guten.inc juga memanfaatkan media social di internet seperti Instagram dan facebook untuk melakukan kegiatan bisnisnya. Brand fashion lokal seringkali dipandang sebelah mata kualitasnya oleh masyarakat yang belum banyak mengetahui kualitas produk tersebut. Maka dari itu, perusahaan melakukan penjualan produknya melalui media internet baik melalui *website* maupun media sosial seperti Instagram dan facebook. Salah satu tujuan penjualan dengan media internet adalah agar masyarakat cepat mengenal produk tersebut dan juga mengetahui keunggulan dan keunikan produk yang ditawarkan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menurut Kotler (2008) adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk.

E-Service Quality merupakan instrumen yang penting dalam mengembangkan keunggulan kompetitif di *online retailing* (Oliveria Roth & Gilland, 2002). Zeithaml et al. (2002) menyatakan definisi kualitas layanan *online* dalam interaksinya dengan *website* adalah suatu tingkat sebuah *website* secara efektif dan efisien memfasilitasi dalam hal berbelanja, melakukan pembelian dan proses penyerahan dari produk dan

jasa. Penilaian kualitas *website* tidak hanya saat pengalaman selama melakukan interaksi dengan *website* tetapi juga interaksi setelah mendapatkan layanan. Penilaian terhadap baik dan buruknya kualitas pelayanan bergantung pada penilaian konsumen selama proses memperoleh layanan dari perusahaan.

E-Satisfaction menurut Flavian & Guinaliu (2006) adalah keadaan afektif pelanggan kepada *website* yang didapat dari evaluasi semua aspek yang menyusun relasi pelanggan. Kotler (2008) mendefinisikan *customer satisfaction* sebagai hasil yang dirasakan oleh konsumen atas kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapan mereka sementara.

Berdasarkan persepsi dan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* melalui *E-Satisfaction* terhadap keputusan pembelian *online* (Survey pada Konsumen *Guten.inc*)”, sehingga nanti yang diharapkan penelitian ini dapat memberikan usulan suatu pemecahan masalah meningkatkan keuntungan pada persaingan bisnis dengan menggunakan *e-commerce*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *online* pada konsumen *Guten.inc*?
2. Bagaimana *E-Service Quality* berpengaruh terhadap *E-Satisfaction* pada konsumen *Guten.inc*?
3. Bagaimana *E-Satisfaction* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *online* pada konsumen *Guten.inc*?
4. Bagaimana *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *online* melalui *E-Satisfaction* pada konsumen *Guten.inc*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dan hasil yang ingin dicapai dari penelitian terhadap Guten.inc adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian *online* pada konsumen Guten.inc.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* pada konsumen Guten.inc.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-Satisfaction* terhadap Keputusan Pembelian *online* pada konsumen Guten.inc.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian *online* melalui *E-Satisfaction* pada konsumen Guten.inc.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Objek penelitian hanya dilakukan terhadap konsumen *online* Guten.inc menggunakan data kontak personal konsumen Guten.inc.
2. Survey Penelitian menggunakan google form
3. Penelitian menggunakan metode Path analysis

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, perusahaan dan maupun yang membacanya antara lain :

1. Manfaat yang diharapkan bagi peneliti
Mampu memberikan wawasan serta menambah referensi mengenai *E-Service*, *E-Satisfaction*, Keputusan Pembelian *Online* pada sebuah produk.
2. Bagi Perusahaan
Manfaat penelitian ini terhadap perusahaan yaitu bisa dijadikan sumber informasi dan referensi dalam memajukan perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis dalam beberapa bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah yang dihadapi, batasan masalah yang digunakan, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang konsep dan prinsip teori dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian dan memuat uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang ada hubungannya dengan penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan tentang lokasi penelitian, objek yang diteliti, jenis data, identifikasi masalah, alat bantu penelitian, alur penelitian, serta metode pengumpulan dan pengolahan data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang cara pengumpulan data yang akan diolah sesuai dengan penelitian yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang diangkat. Bab ini menjadi acuan untuk pembahasan hasil yang akan dibahas pada bab selanjutnya.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan kritis terhadap hasil yang diperoleh dari data-data selama penelitian untuk dijadikan sebagai dasar dalam usulan penelitian selanjutnya.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan terhadap analisis yang dibuat untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Bab ini juga berisi saran yang diberikan kepada perusahaan dan para peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan dan mengembangkan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN