

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Karena kelanjutan inovasi berkembang secara radikal, pemanfaatan inovasi ini dimanfaatkan secara efektif oleh vendor untuk membangun kesepakatan mereka, perkembangan bisnis yang dilakukan dengan menjual barang secara online melalui e-commerce sekarang banyak diminati oleh konsumen. Belanja online memiliki banyak kemudahan bagi konsumen, dengan adanya internet sebagai media komunikasi antara penjual dan konsumen, di mana klien tidak perlu pergi ke toko untuk melihat hal-hal yang mereka butuhkan, namun pada dasarnya mencari melalui internet dan membeli barang yang diinginkan melalui e-commerce tersebut dengan mentransfer uang sesuai total belanja yang tertera di halaman pemesanan dan penjual akan mengirimkan barang tersebut ke lokasi yang telah dimasukkan dalam struktur permintaan sebelumnya.

Situs jual beli yang sering disebut dengan E-commerce. Fahmi (2016) menyatakan Bisnis online dapat diartikan sebagai pemanfaatan inovasi data dan korespondensi bagi para ahli keuangan, orang-orang, atau perkumpulan terkait untuk menjalankan dan mengawasi langkah-langkah bisnis utama sehingga dapat memberikan manfaat seperti keamanan, efektivitas, efisiensi yang lebih luas. Sementara itu, menurut Jony Wong (2010) bisnis berbasis web, khususnya, jalan menuju pembelian dan penjualan dan promosi tenaga kerja dan produk menggunakan kerangka elektronik. Seperti televisi dan web. Dengan perkembangan web, belanja berbasis web telah menjadi kemajuan yang paling tidak menuntut dalam pembelian barang karena web benar - benar dapat dikenal sebagai jenis belanja lainnya. Informasi menunjukkan bahwa

sebanyak 86% klien web Indonesia berbelanja di web. Karena kenyataan ini, perkembangan bisnis berbasis web di Indonesia telah berkembang pesat selama beberapa tahun sebelumnya. Pada tahun 2019, jumlah klien bisnis internet di Indonesia diprediksi sampai 168,3 juta klien, juga akan lebih meningkat, mencapai 212,2 juta pada 4 tahun mendatang. (Media Indonesia, 27 Oktober 2019).

Dari kondisi tersebut menunjukkan bahwa minat konsumen pada Belanja berbasis web akan terus berkembang setiap tahunnya. Dari meningkatnya jumlah pembeli yang berbelanja di web, semakin banyak dealer yang membuat toko online mereka. Layanan yang baik dan Delivery yang cepat dapat menjadi salah satu keunggulan bagi toko online. agar penjual dapat membuat pelanggan puas terhadap toko kita dan menjadi loyal pada toko kita dan tidak berpaling ke toko online lainnya. Menurut geffen (2012) Organisasi online kejam karena ada nilai keterusterangan dan adanya kecocokan bisnis yang hanya berjarak satu klik mouse. Karena banyaknya saingan dalam bisnis online, dalam mendapatkan calon pembeli baru, pengusaha perlu menghabiskan lebih banyak daripada organisasi yang terputus dan lebih sulit untuk mendapatkan ketergantungan pembeli kepada perusahaan.

Kinkin Shop adalah salah satu online shop Surabaya yang bergerak di bidang produk fashion yang berdiri sejak tahun 2015. Barang - barang yang dipasarkan berupa sepatu, jam tangan, tas, dan dompet kulit. Untuk memasarkan produk, Owner Kinkin Shop memutuskan untuk menjual produknya melalui Facebook Ads, Google Ads dan Tiktok Ads. Bagi Kinkin Shop pelayanan adalah hal yang utama, karena itu Kinkin Shop tampaknya memberikan yang terbaik untuk semua pembeli di Kinkin Shop karena dukungan dan pemenuhan klien adalah hal utama bagi Kinkin Shop.

Kinkin Shop berusaha memberikan pelayanan yang baik dan memilih partner kerjasama dengan jasa pengiriman yang tepat bagi pelanggan. Kualitas pelayanan Menurut Supranto, ialah sebuah tindakan yang dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Meskipun demikian, kegiatan ini secara efektif hilang dan teoretis, namun dapat dirasakan dan diingat kembali. Selain itu, dampak bagi klien adalah bahwa mereka lebih mampu selama menghabiskan waktu melahap barang dan administrasi suatu industri. Sementara itu, menurut Tjiptono, kualitas administrasi adalah suatu kondisi berkelanjutan yang diidentifikasi dengan SDM, administrasi, item, serta siklus dan iklim yang setidaknya dapat memenuhi kualitas bantuan yang ideal. Selain itu, dampak bagi klien adalah bahwa mereka lebih mampu selama menghabiskan waktu melahap barang dan administrasi suatu industri. Sementara itu, menurut Tjiptono, kualitas administrasi adalah suatu kondisi berkelanjutan yang diidentifikasi dengan SDM, administrasi, item, serta siklus dan iklim yang setidaknya dapat memenuhi kualitas bantuan yang ideal.

Terlepas dari kualitas bantuan yang luar biasa, klien tidak diragukan lagi membutuhkan produk mereka untuk muncul tepat waktu dan tanpa melarikan diri. Maka dari itu bagi online shop memilih jasa kirim yang tepat adalah sebuah keharusan karena jasa pengiriman adalah perantara antara penjual dan pembeli dalam mengantarkan barang yang sudah dibeli. Dengan banyaknya pesaing dalam bisnis online shop begitu juga dengan jasa pengiriman yang semakin banyak, dalam menentukan jasa pengiriman Kinkin shop memilih jasa pengiriman yang memiliki ongkos kirim standart yang dipakai onlineshop lainnya. Terlepas dari kualitas bantuan yang luar biasa, klien tidak diragukan lagi membutuhkan produk mereka untuk muncul tepat waktu dan tanpa melarikan diri.

Ziaullah, Yi dan Akhter (2014) menyatakan bahwa dalam skenario belanja berbasis web, pengiriman andal, terlindungi, dan ideal adalah tujuan penting dan diperlukan bagi pelanggan online. Pembeli membutuhkan pengiriman barang-barang ideal mereka yang terlindungi, solid, dan cepat ke tujuan mereka. Dalam berbelanja online, jasa pengiriman yang nyaman dan solid mengasumsikan bagian penting untuk memenuhi asumsi klien dan menjaganya kepuasan. Pelanggan dapat beralih dengan sangat mudah dari satu web ke halaman web lain hanya dengan satu klik atau bahkan pelanggan beralih ke pengecer klik dan mortar konvensional karena pengiriman produk yang terlambat, tidak aman dan tidak diinginkan. Dapat dimaklumi bahwa jasa angkutan adalah jasa yang diberikan oleh penyedia atau toko untuk menyampaikan barang dagangan kepada pelanggan. Dengan kualitas layanan dan Delivery produk yang baik dan tepat waktu menjadikan konsumen puas dalam berbelanja dan loyal memutuskan untuk membeli produk yang diinginkan di Kinkin shop. Keputusan pembelian ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen kepada Kinkin Shop dan berbelanja kembali di Kinkin Shop.

Kinkin Shop yang berdiri selama 5 tahun terus berusaha meningkatkan kualitas layanan untuk mendapatkan banyak pelanggan, karena persaingan yang semakin ketat dalam dunia e-commerce mengakibatkan penurunan penjualan antara bulan Juni sampai Agustus yang dilakukan Kinkin shop. Hal ini didapat dari data penjualan Kinkin Shop, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data penjualan Kinkin Shop

No	Bulan	Penjualan
1	Februari	1567
2	Maret	1445
3	April	1487
4	Mei	2395
5	Juni	2174
6	Juli	1781
7	Agustus	1723
8	September	2152

Sumber : Kinkin Shop

Dari data diatas dapat dilihat penjualan Kinkin Shop menurun antara bulan Juni sampai Agustus dan meningkat kembali pada bulan September. Selama penurunan penjualan itu Kinkin Shop banyak menerima masukan dan keluhan dari pelanggan yang disampaikan kepada Kinkin Shop. Berikut keluhan pelanggan yang sering masuk ke Kinkin Shop:

Tabel 1.2
Daftar Kaluhan Pelanggan

No	Bagian	Keluhan
1	Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cs kurang cepat dalam membalas pesan yang masuk, sehingga pelanggan menunggu terlalu lama untuk menerima balasan 2. Cs kurang komikatif dengan pelanggan
2	Pengirim	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barang sampai pada konsumen tidak sesuai dengan jadwal yang dijanjikan 2. Barang yang diterima dalam kondisi buruk

Sumber: Kinkin Shop

Dari data diatas dapat dilihat adanya keluhan mengenai pelayanan dan delivery barang yang kurang maksimal, mengakibatkan penjualan Kikin Shop menurun. Dibulan agustus Kinkin Shop menambah kerjasama dengan jasa pengiriman yang baru, jadi dari bulan agustus Kinkin shop memakai dua jasa pengiriman, dan dibulan berikutnya penjualan mulai meningkat kembali

dan keluhan akan barang delivery berkurang. Berdasarkan hipotesis tersebut penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan dan Delivery service Kinkin Shop melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dengan judul “ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN DELIVERY SERVICE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ONLINESHOP (Studi Kasus Pada KINKIN SHOP)”.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penggambaran landasan permasalahan diatas dapat dirumuskan dalam Analisis Kualitas Layanan dan Delivery service melalui kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Onlineshop Kinkin Shop

1. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Kinkin Shop?
2. Apakah delivery service mempengaruhi kepuasan pelanggan Kinkin Shop?
3. Apakah kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan Kinkin Shop?
4. Apakah delivery service mempengaruhi loyalitas pelanggan Kinkin Shop?
5. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan Kinkin shop?
6. Apakah kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan Kinkin shop?
7. Apakah delivery service melalui kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan Kinkin shop?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang juga rumusan masalah diatas, maka peneliitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Menjelaskan pengaruh kualitas layanan pada kepuasan pelanggan Kinkin Shop
2. Menjelaskan pengaruh delivery service pada kepuasan pelanggan Kinkin Shop
3. Menjelaskan pengaruh kualitas layanan pada Loyalitas konsumen Kinkin Shop
4. Menjelaskan pengaruh delivery service pada Loyalitas konsumen Kinkin Shop
5. Menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan Kinkin shop
6. Menjelaskan pengaruh kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan Kinkin shop
7. Menjelaskan delivery service melalui kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan Kinkin shop

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis

Menumbuhkan pemahaman penulis dalam menerapkan informasi yang diperoleh selama sekolah, dan diandalkan untuk memiliki pilihan untuk melakukan penyelidikan yang terjadi secara nyata sehingga ia dapat menemukan pekerjaan umum atau dampak Administrasi Kualitas dan Administrasi Penyampaian melalui loyalitas konsumen pada kesetiaan klien.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

ini diperlukan untuk digunakan untuk memperkuat penyelidikan masa lalu dan dapat membantu untuk pemeriksaan tambahan di kemudian hari yang diidentifikasi dengan dengan Kualitas Layanan dan Delivery service melalui kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3. Aspek Praktis

Membantu pihak perusahaan untuk mempertahankan penjualannya dan mengembangkan strategi pemasaran dalam hal kepuasan pelanggan melalui Kualitas Layanan dan delivery service.