

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, dunia sudah memasuki era revolusi industri 4.0, dimana teknologi telah menjadi kebutuhan dalam kehidupan manusia. Segala hal menjadi tanpa batas dan tidak terbatas akibat perkembangan internet dan teknologi digital. Era ini telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan baik di bidang ekonomi, politik, kebudayaan, seni, dan bahkan sampai ke dunia pendidikan. Dalam era ini gaya hidup masyarakat yang juga ikut berubah seiring perkembangan teknologi, menuju kegiatan yang semakin instan dan mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-hari. Sehingga masyarakat mencari sesuatu yang praktis untuk bisa memenuhi kebutuhannya. Menyadari kebutuhan masyarakat akan penyediaan layanan yang dapat mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya menjadi salah satu pendorong munculnya platform perdagangan elektronik yang memudahkan penggunaannya untuk mencari dan memenuhi kebutuhan mereka. Munculnya perusahaan-perusahaan tersebut didukung oleh revolusi industri 4.0. Karena banyaknya perusahaan dengan platform perdagangan elektronik, menuntut setiap perusahaan untuk menawarkan berbagai keunggulan yang membuat pengguna dan calon pengguna tertarik untuk memakai layanan dari perusahaan mereka dibandingkan dengan perusahaan pesaing.

Seperti yang kita ketahui Shopee adalah salah satu dari platform perdagangan online yang juga ramai dikunjungi seperti yang dilansir pada technobusiness.id. Shopee sendiri menyediakan berbagai jenis kategori produk seperti produk elektronik, otomotif, fashion, kesehatan, kecantikan, perlengkapan rumah dan beberapa kategori lainnya.

Gambar 1.1 Data Pengunjung Kuartal II dan III

Pilih Data per Kuartal			Q2-2018	Pilih Data per Kuartal			Q3-2018
Diverifikasi oleh Toko Online			Pemenang Penghargaan iEMA	Diverifikasi oleh Toko Online			Pemenang Penghargaan iEMA
Toko Online	Visitor Per Bulan	Ranking AppStore		Toko Online	Visitor Per Bulan	Ranking AppStore	
1 Tokopedia	111.484.100	#2		1 Tokopedia	153.639.700	#2	
2 Bukalapak	85.138.900	#4		2 Bukalapak	95.932.100	#3	
3 Lazada	49.990.700	#3		3 Shopee	38.882.000	#1	
4 Shopee	30.843.400	#1		4 Lazada	36.405.200	#4	
5 Blibli	29.044.100	#5		5 Blibli	31.303.500	#6	
6 JD ID	11.269.000	#6		6 JD ID	11.401.500	#5	
7 Bhinneka	4.708.100	#23		7 Sale Stock Indonesia	4.333.000	#8	
8 Mataharimall	4.666.300	#10		8 Elevenia	4.001.800	#13	

Sumber: technobusiness.id

Berdasarkan data technobusiness, rata-rata pengunjung web bulanan Shopee kuartal III meningkat 26% di bandingkan kuartal II tahun 2018, yang juga membuatnya berada di posisi ketiga setelah menggeser posisi lazada sebelumnya di kuartal II. Hal itu di sebabkan banyak faktor seperti kemudahan bagi penjual untuk mengunggah foto produk nya hingga 9 foto tidak seperti E-commerce umumnya yang hanya dapat mengunggah foto 3-5. Juga serta memberikan fitur pengunduhan foto melalui Instagram dan bisa menambahkan hashtag sampai 18 buah. Dan kampanye 9.9 shopee bulan September lalu yang menyumbang tambahan pengunjung web mereka sehingga meningkatnya posisi Shopee di akhir kuartal tahun 2018.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul proposal penelitian tentang “PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE INDONESIA (Studi kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Variasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee?
3. Apakah Variasi produk dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce Shopee.
2. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce Shopee.
3. Untuk menganalisis pengaruh Variasi produk dan Promosi secara bersamaan terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce Shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi bahan masukan dan koreksi untuk perusahaan guna meningkatkan kualitas pelayanannya kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Shopee.

2. Bagi Peneliti Lain

Dapat dijadikan sarana informasi dan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai variasi produk, promosi dan kepuasan pelanggan.

1.5 Sistematika Penelitian

Hasil Penelitian ini dilaporkan dalam bentuk skripsi dengan Sistematika Penulisan, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini memuat Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini akan dijelaskan landasan landasan teori yang akan mendukung penelitian tentang Direct Marketing dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian yang menjadi dasar bagian analisis permasalahan yang ada serta pemecahan masalah tersebut. Landasan teori disini yang melandasi penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab ini berisi uraian tentang rancangan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, jenis data, sumber data, teknik pengambilan data, variabel penelitian, serta instrumen - instrumen penelitian lainnya.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini akan membahas mengenai analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian yang dilengkapi dengan gambaran umum perusahaan secara singkat, serta hasil dari penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan Bab Penutup dari penulisan ini dimana akan dijelaskan simpulan yang merupakan rumusan dari analisa dan pembahasan Bab – Bab sebelumnya, dan dari simpulan tersebut akan dihasilkan Implikasi Manajerial nya, tentang bagaimana meningkatkan produktifitasnya yang nantinya dapat dipergunakan pihak – pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.

