

BAB I

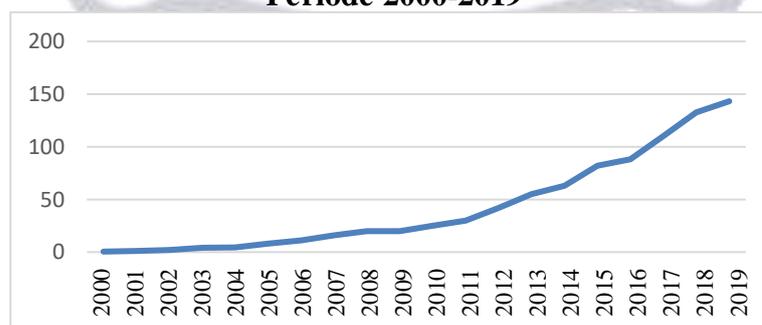
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini menyebabkan perubahan sosial, ekonomi dan budaya berlangsung demikian cepat. Salah satu contoh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini adalah Internet. Internet telah menciptakan sebuah dunia ekonomi baru yang menimbulkan dampak pada beberapa aspek kehidupan, tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis dan pemasaran.

Tingkat pertumbuhan pengguna internet menunjukkan angka yang sangat mengesankan. Dilihat dari data statistik dibawah ini menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2019 mencapai 143,26 juta pengguna atau 54,68% dari seluruh penduduk Indonesia.

Gambar.1.1
Grafik Pengguna Internet di Indonesia (dalam juta)
Periode 2000-2019



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2019)

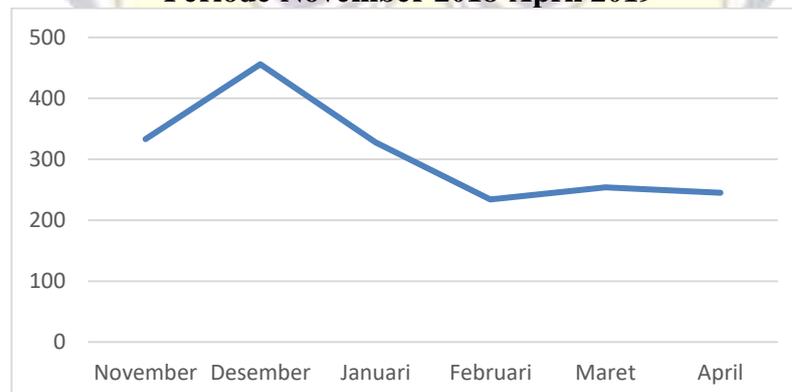
Meningkatnya perkembangan internet mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan yang mempengaruhi kehidupan masyarakat, dimana salah satu perubahan itu ialah kecenderungan berbelanja online. Beberapa alasan mengapa semakin banyak orang berbelanja di online yaitu : (1) waktu berbelanja online lebih fleksibel, (2) mudah membandingkan harga, dan (3) metode pembayaran yang lebih banyak. Perubahan tren belanja masyarakat dari konvensional menjadi online tentunya akan menarik pelaku usaha untuk membuka toko online, platform seperti Tokopedia, Shopee, Lazada dan Bukalapak merupakan platform favorit para pelaku usaha membuka toko online.

Table 1.1
Perbandingan Positif Seller Rating
Per April 2019

No	Nama Toko	Positif Seller Rating
1	Antarestar	89%
2	Consina Official Store	89%
3	Outdoor Grosir	88%
4	Kokasports	86%
5	Toko Pendaki	82%

Sumber : Lazada.co.id, 2019

Gambar 1.2
Grafik Pendapatan Outdoor Grosir (Dalam Ratus Juta)
Periode November 2018-April 2019



Sumber : Outdoor Grosir, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa positif seller rating / tingkat kepuasan pembeli Outdoor Grosir kalah tinggi dibandingkan kompetitor, hal ini tentunya menjadi salah satu indikator bahwa tingkat kepuasan konsumen Outdoor Grosir masih kurang baik dibanding kompetitor. Serta dapat dilihat bahwa pendapatan cenderung turun terutama setelah bulan desember 2018.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam membentuk perilaku pembelian ulang pada pembelian online (Park, Bhatnagar. 2010:436) Sedangkan menurut Nuri Mahdi Arsyanti, Sri Rahayu Tri Astuti (2018) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas layanan, keragaman produk dan harga.

Salah satu unsur kunci dalam persaingan diantara bisnis online adalah ragam produk. Oleh karena itu, pengecer harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang dijual, karena dengan adanya macam-macam produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merk, ukuran, kualitas dan variasi warna akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka.

Tabel 1.2
Perbandingan Jumlah Produk
Per April 2019

No	Nama Toko	Jumlah Ragam Produk
1	Outdoor Grosir	120
2	Antarestar	631
3	Toko Pendaki	251
4	Consina Official Store	74
5	Kokasports	308

Sumber : Lazada.co.id, 2019

Dapat dilihat bahwa jumlah produk yang dimiliki Outdoor Grosir masih sedikit dibandingkan kompetitor, hal ini tentunya akan membatasi konsumen untuk memilih produk yang akan dibelinya. Menurut Nuri Mahdi Arsyanti (2016:3) Semakin lengkap dan variatif varian produk yang dimiliki oleh toko, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Dimana pelanggan tidak usah lagi mencari produk lain di toko yang lain.

Faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan dan niat beli ulang ialah harga. Menurut Kurtz dan Clow yang dikutip Marisa dan Anik (2016:90) harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka mendapatkan *value of money* yang tinggi, dan pelanggan yang puas bisa menjadi pelanggan yang loyal. Pelanggan yang loyal dapat ditunjukkan dengan melakukan pembelian ulang.

Tabel 1.3
Perbandingan Harga Produk Sejenis
Per April 2019

No	Nama Toko	Sleeping Bag	Kompur Camping	Matras
1	Outdoor Grosir	64500	79900	28000
2	Antarestar	65000	69000	30000
3	Toko Pendaki	55000	110000	35000
4	Consina Official Store	200000	189000	50000
5	Kokasports	67500	74900	30000

Sumber : Lazada.co.id, 2019

Dapat dilihat bahwa harga beberapa produk pada Outdoor Grosir jauh lebih tinggi dibanding kompetitor, hal ini tentunya akan membuat konsumen akan cenderung memilih produk yang lebih murah ditoko lain demi mendapatkan *value of money* yang tinggi yang tentunya akan membuat pemasukan Outdoor Grosir berkurang.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi kepuasan dan niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang ialah kualitas pelayanan, Menurut Lupiyoadi dan Hamdani yang dikutip Nuri Mahdi Arsyanti (2016:3) kualitas pelayanan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal yang akan melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang

Tabel 1.4
Perbandingan Tingkat Respon Penjual dan Pengiriman Tepat Waktu
Per April 2019

No	Nama Toko	Tingkat Respon Penjual	Pengiriman Tepat Waktu
1	Outdoor Grosir	96%	100%
2	Antarestar	92%	98%
3	Toko Pendaki	87%	93%
4	Consina Official Store	98%	91%
5	Kokasports	90%	96%

Sumber : Lazada.co.id, 2019

Dapat dilihat bahwa tingkat pengiriman tepat waktu Outdoor Grosir paling tinggi dibandingkan kompetitor, hal ini tentunya akan membuat semakin banyak pelanggan yang loyal karena paket mereka cepat diproses dan dikirim, namun tingkat respon penjual lebih rendah dibanding kompetitor, yang artinya tingkat responsifitas chat mereka terhadap konsumen lebih baik.

Research Gap dalam penelitian ini ialah dari Nuri Mahdi Arsyanti, Sri Rahayu Tri Astuti (2018) yang menyatakan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun bertolak belakang dengan penelitian dari Sri Wilujeng (2015) yang menyatakan keragaman produk

berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari Marisa Arnindita Palma, Anik Lestari Andjarwati (2016), Deery Anzar Susanti (2016), Nebojša Vasić¹, Milorad Kilibarda dan Tanja Kaurin (2019) dan Furi Indriyani, Lydia Salvina Helling (2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun bertolak belakang dengan penelitian Lily Suhaily, Yasintha Soelasih (2017) yang menyatakan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari Lily Suhaily, Yasintha Soelasih (2017), Vigneswaran Vipushan, Chrishnakumar Janathanan (2018), Gajendra Sharma (2017) dan Deery Anzar Susanti (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun bertolak belakang dengan penelitian Jessica Ordella Kristanto (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Budi Setiawan (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang, namun bertolak belakang dengan penelitian dari Wahyunita Nur (2016) yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli ulang. Penelitian dari Khairul Amal dan Hafasnuddin (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang, namun bertolak belakang dengan penelitian Lily Suhaily, Yasintha Soelasih (2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli ulang. Penelitian dari Han-Na Kim, Kwan-Sik Na (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang, namun bertolak belakang dengan penelitian

dari Siyamtinah dan Hendar (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli ulang.

Penelitian dari Nuri Mahdi Arsyanti, Sri Rahayu Tri Astuti (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang, namun bertolak belakang dengan penelitian dari Marisa Arnindita Palma, Anik Lestari Andjarwati (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli ulang.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA TOKO ONLINE “OUTDOOR GROSIR”)**.

1.2. Ruang Lingkup

Sesuai dengan judul dan latar belakang di atas maka peneliti memberikan batasan yang jelas pada bagian mana dari persoalan atau masalah yang akan dikaji. Beberapa masalah yang akan dihadapi penelitian ini adalah :

- 1) Variabel independent dalam penelitian ini ialah keberagaman produk, harga dan kualitas pelayanan.
- 2) Variabel dependen dalam penelitian ini ialah Niat Beli Ulang.
- 3) Variabel Intervening dalam penelitian ini ialah Kepuasan Pelanggan.
- 4) Penelitian mengambil obyek penelitian Toko *Online* “Outdoor Grosir”.
- 5) Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko *Online* “Outdoor Grosir yang membeli secara online.

- 6) Produk Toko *Online* “Outdoor Grosir ialah peralatan outdoor yang dijual melalui toko online Lazada, Shopee, Bukalapak dan Tokopedia.
- 7) Penelitian ini dilakukan sejak 6 februari 2019 sampai 15 februari 2020.

1.3. Perumusan Masalah

Masalah yang terjadi dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan konsumen yang cenderung rendah dibanding kompetitor, pendapatan turun yang diduga diakibatkan banyak konsumen yang kecewa terhadap pelayanan yang diberikan, variasi produk yang dimiliki Outdoor Grosir masih sedikit dibandingkan kompetitor, harga beberapa produk sejenis yang kalah saing dan tingkat respon penjual yang masih tergolong rendah. Dari rumusan masalah di atas disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah ada pengaruh positif antara keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan?
- 2) Apakah ada pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan?
- 3) Apakah ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
- 4) Apakah ada pengaruh positif antara keragaman produk terhadap niat beli ulang?
- 5) Apakah ada pengaruh positif antara harga terhadap niat beli ulang?
- 6) Apakah ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang?
- 7) Apakah ada pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang?

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan?
2. Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan?
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
4. Menguji pengaruh keragaman produk terhadap niat beli ulang?
5. Menguji pengaruh harga terhadap niat beli ulang?
6. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang?
7. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang?

1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda baik teoritis maupun praktis sebagai berikut :

- 1) Manfaat Teoritis
 - a) Bagi pembaca, diharapkan mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan, sumbangan pemikiran dan bahan kajian terutama yang berkaitan dengan keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang.
 - b) Bagi peneliti, diharapkan mampu digunakan sebagai sarana untuk berfikir secara ilmiah dengan berdasarkan pada disiplin ilmu yang diperoleh sewaktu perkuliahan khususnya yang berhubungan dengan keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi dan wacana guna mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang serta sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dengan membandingkan teori yang diperoleh pada saat di bangku perkuliahan dengan penerapannya di dalam lapangan.

b) Bagi Perusahaan

Penelitian diharapkan dapat berguna bagi manajemen Outdoor Grosir guna mengarahkan faktor-faktor yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan niat beli ulang.

c) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang. Serta diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak.