

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Disaat ini dunia sedang dilanda pandemi Covid-19, Badan Kesehatan Dunia menjelaskan bahwa Coronavirus adalah virus yang menginfeksi sistem infeksi pernafasan atau yang sering disebut Covid-19. Virus Corona ditularkan dari hewan ke manusia. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, perkembangan kasus Covid-19 di Wuhan dimulai pada 30 Desember 2019, ketika Komite Kesehatan Kota Wuhan mengeluarkan pemberitahuan "pemberitahuan mendesak tentang pengobatan peradangan. Paru-paru tanpa penyebab yang jelas". Hingga saat ini, 188 negara telah dipastikan terkena virus Corona. Penularan covid-19 di Indonesia dimulai pada 2 Maret 2020, dilaporkan dari orang Indonesia yang melakukan kontak langsung dengan warga negara asing Jepang. Pemerintah melakukan upaya pencegahan penyebaran virus ini dengan membuat kebijakan berupa larangan berkumpul atau berkerumun upaya mematuhi protokol kesehatan dan melakukan pembatasan sosial untuk mengurangi interaksi masyarakat secara langsung, Covid-19 ini sangat berdampak terhadap pemenuhan kebutuhan yang mengharuskan masyarakat untuk diam dirumah dan dilarang untuk berkerumunan. Hal ini menyebabkan respon positif masyarakat untuk ber alih ke transaksi jual beli melalui e-commerce (Hanoatubun *et al.*, 2020). Pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat menjadi salah satu tantangan di era pandemi virus corona atau Covid-19. Sebelum era pandemi covid-19 untuk memenuhi kebutuhannya sebagian besar masyarakat biasanya berbelanja kepasar tradisional atau pusat perbelanjaan lainnya. Namun, kegiatan tersebut berpotensi menimbulkan keramaian. Sehingga dilakukan

lah pencegahan yaitu dengan menggantikan dengan belanja online atau daring. Selain untuk mengurangi risiko penularan, belanja online juga merupakan salah satu upaya untuk memutus mata rantai penularan Covid-19. Sebab, akan mengurangi kontak langsung dan menghindari pertemuan dengan banyak orang. Berbelanja online juga sangat mempermudah masyarakat tanpa harus keluar rumah mengginggat pemerintah mengharuskan masyarakat untuk selalu memenuhi protokol kesehatan yang berlaku.

Dengan perkembangan zaman, peran internet sudah sangat dekat dengan kehidupan manusia. Fungsi internet adalah untuk menyimpan berbagai jenis informasi dalam jumlah besar sebagai media komunikasi dan transaksi, sehingga sangat berguna untuk melakukan pembelian setiap saat. Berbagai informasi di Internet memungkinkan pengguna untuk dengan mudah dan ekstensif mencari layanan, menyesuaikan spesifikasi sesuai dengan kebutuhan, membandingkan harga, jenis bahkan lokasi, sehingga untuk mendapatkan produk yang pembeli dan penjual tidak perlu tatap muka secara langsung. Biasa disebut e-commerce. E-commerce adalah bisnis dengan pertukaran data (data interchange) melalui internet dimana kedua pihak yaitu orifinator dan addresser atau penjual dan pembeli barang dan jasa dapat melakukan tawar-menawar dan transaksi. Teknik ini menjanjikan akses tanpa batas, cepat, dan interaktif, sehingga memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus keluar rumah. Saat ini internet dan e-commerce telah menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat di seluruh dunia, salah satunya Indonesia (Anjani & Santoso, 2018).

Belanja online adalah salah satu bentuk bisnis produk elektronik yang digunakan dalam transaksi business-to business (B2B) dan business-to-consumer

(B2C). Proses pembelian atau penjualan online atau biasa disebut online shopping merupakan proses dimana konsumen membeli barang atau jasa secara langsung melalui internet tanpa harus bertemu di satu tempat, (Linardi, R. 2019). Perdagangan elektronik (e-commerce) merupakan penemuan baru dalam bentuk bisnis. e-commerce digambarkan sebagai mekanisme e-commerce yang menitikberatkan pada transaksi komersial berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa. Perkembangan e-commerce telah membawa banyak perubahan pada bidang kegiatan komersial yang dilakukan di dunia nyata, kemudian berkembang menjadi dunia maya (virtual). Penggunaan internet dalam e-commerce berdampak positif, yaitu dalam kecepatan, kenyamanan, dan kompleksitas interaksi global yang kini sudah biasa tanpa kendala waktu dan lokasi, (Barkatullah, 2017).

Shopee merupakan program belanja online yang menawarkan berbagai media penjualan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, seperti fashion, peralatan rumah tangga, dan lain sebagainya. Shopee adalah aplikasi belanja online pertama yang memungkinkan pengguna aplikasi untuk menjelajahi, berbelanja, dan menjual berbagai jenis produk. (Saidani et al., 2019). Shopee sendiri merupakan situs e-commerce yang berkantor pusat di Singapura. Didirikan oleh Forest Li pada tahun 2009, Shopee berada di bawah naungan SEA Group, sebelumnya Garena. Shopee pertama kali hadir dan diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Sejak itu, Shopee telah memperluas jangkauannya ke beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina dan juga Indonesia, (Pratama Afrianto dan Irwansyah, 2021).

Generasi Z atau Gen Z mengacu pada generasi yang lahir setelah Generasi Y. Generasi ini mencakup orang-orang yang lahir antara tahun 1995 dan 2010. Generasi Z juga dikenal sebagai iGeneration atau Generasi Internet atau Generasi Net, Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8 persen penduduk Indonesia pada tahun 2018, dengan 18,9 persen mengakses internet untuk aktivitas media sosial, alasan paling umum kedua menggunakan internet setelah komunikasi melalui pesan (APJII, 2019). Mereka selalu terhubung dengan dunia maya dan dapat menyelesaikan apapun dengan kompleksitas teknologi yang ada pada saat ini. (Anggarini *et al.*, 2021).

Sebelum memutuskan untuk membeli di sebuah e-commerce, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, diantaranya adalah kualitas layanan yaitu persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah website. Semakin tinggi kualitas layanan yang ditawarkan kepada pelanggan online, semakin besar keinginan mereka untuk membeli barang-barang tersebut. Selanjutnya kepercayaan, ketika calon pembeli ingin berbelanja online, pertimbangan pembeli adalah apakah website yang menyediakan toko online dan penjual online di website tersebut dapat dipercaya. Oleh sebab itu, perlu adanya rasa saling percaya antara penjual dan pembeli. Kepercayaan konsumen terhadap e-commerce merupakan salah satu faktor kunci dalam aktivitas jual beli online.

Kualitas layanan adalah tingkat kesempurnaan yang diinginkan, dan penguasaan manfaat ini dirancang untuk memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan pendapat di atas maka kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai bentuk kepatuhan atas

pelayanan yang diberikan perusahaan dengan tingkat harapan yang diinginkan konsumen, (Diasari dan Oetomo, 2016).

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang dia inginkan pada orang lain, bukan apa yang dia khawatirkan. Kepercayaan mengacu pada kesediaan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu, berdasarkan keyakinan bahwa partnernya akan memberikan kepuasan yang diharapkan dan harapan seseorang biasanya akan memiliki kata-kata, janji, atau pernyataan yang dapat dipercaya orang lain, (Fian & Yuniati, 2016). Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan menjadi salah satu faktor terhadap loyalitas konsumen pada generasi Z. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan melakukan analisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas belanja online dalam era covid-19.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada generasi Z untuk berbelanja pada e-commerce Shopee?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada generasi Z untuk berbelanja pada e-commerce Shopee?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada masyarakat generasi Z yang berbelanja E-commerce Shopee.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada masyarakat generasi Z yang berbelanja E-commerce Shopee.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Perusahaan**

Dapat memberikan informasi kepada perusahaan lain Khususnya untuk e-commerce Shopee, kualitas layanan dan kepercayaan akan berdampak pada loyalitas konsumen, yang nantinya akan menjadi faktor penentu kelangsungan usaha. Faktor penentu kelangsungan usaha dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan koreksi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga perusahaan dapat digunakan untuk meningkatkan kinerjanya.

### **2. Bagi Peneliti Lain**

Diharapkan dapat menjadi metode informasi dan referensi bagi para peneliti yang tertarik untuk meneliti kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas belanja online untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, dan dapat dijadikan bahan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

### **3. Bagi Penulis**

Memberikan pengembangan ilmiah dan memberikan wawasan saat menganalisis hubungan antara kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen