

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

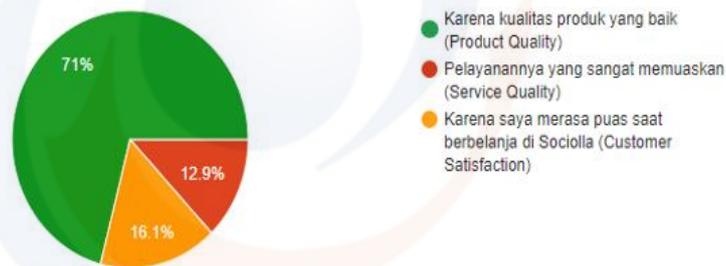
Zaman yang berkembang dan kemajuan teknologi lebih cenderung pesat menjadikan bisnis di Indonesia mencapai perkembangan cukup pesat pula, di era globalisasi ini terdapat peluang yang menjanjikan dan tantangan yang baru bagi perusahaan di Indonesia. Hal tersebut membuat persaingan antara perusahaan domestik ataupun perusahaan asing semakin ketat. Misalnya pada industri retail di Indonesia berkembang secara cepat dan pesat seperti Indomaret, Alfamart, *Hypermart* dan lainnya.

Dengan persaingan yang semakin ketat pada bisnis retail di Indonesia, mereka perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya seperti harus ada keunikan dalam perusahaan tersebut yang tidak dimiliki oleh pesaing supaya dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Misalnya menarik minat konsumen dengan cara memberikan potongan harga, memberikan *gift* atau promosi yang lainnya.

Sociolla sebagai salah satu *brand e-commerce (retail)* yang bergerak dalam bidang kecantikan. Sociolla mempunyai identitas sebagai brand retail produk khusus kecantikan yang terbesar dan terlengkap seperti *makeup*, perawatan kulit muka, perawatan kulit badan, perawatan rambut, parfume, alat kecantikan dan yang lainnya. Bisnis Sociolla dimulai pertama kali pada tahun 2015 secara *online* melalui *website* serta aplikasi yang dimiliki. Sejak pertama diluncurkan hingga sekarang, tercatat sebanyak 140 brand resmi lebih serta 3.000 jenis produk yang dihadirkan pada *website* Sociolla. Pada tahun 2019 perkembangan bisnis Sociolla dari *online* store ke *offline* store. Pendirian toko offline memiliki tujuan untuk meningkatkan pengalaman belanja produk kecantikan bagi pelanggan. Kemudian pengalaman ini dijadikan sebagai pengalaman yang baru serta berbeda dibandingkan lainnya. Pengalaman belanja di Sociolla menghadirkan sistem toko *online* dan toko *offline* yang saling berintegrasi. Pengalaman berbelanja di Sociolla dipastikan akan menjadi semakin mudah, praktis, serta menyenangkan. Tahun 2021 Sociolla memiliki 25 store offline di beberapa kota di Indonesia serta 2 toko offline di vietnam (Dewi, 2021)

E-commerce Sociolla cenderung diminati dikarenakan produk yang dijual telah bersertifikat BPOM selain itu keaslian dari produk yang ditawarkan sudah dijamin oleh perusahaan. Keunggulan lain dari Sociolla yang membuat investor tertarik untuk berinvestasi diperusahaan ini. Selain jaminan keaslian produk yang ditawarkan sebagai keunggulan dari e-commerce Sociolla, aplikasi Sociolla juga

tersedia fitur *beauty journal* yang di dalamnya berisi artikel-artikel dan pengalaman pribadi konsumen setelah pembelian produk di aplikasi Sociolla. Fitur *beauty journal* yang tersedia di aplikasi Sociolla ini menunjukkan sebelum user melakukan penggunaan aplikasi, user diminta memasukkan data diri, yaitu jenis kulit yang sesuai dengan pengguna aplikasi, tujuan dari hal ini agar aplikasi dapat membuat kesesuaian rekomendasi-rekomendasi produk dengan data yang sudah masuk pada akun pengguna Sociolla. Fitur yang disediakan ini mempermudah konsumen dalam pembelian produk kecantikan yang sesuai pada data diri konsumen. Minat beli ulang merupakan kondisi dimana konsumen sudah merasa puas sebelumnya, dan memutuskan untuk melakukan pembelian ulang karena manfaat yang telah didapat sebelumnya. Minat beli ulang tentunya dipengaruhi beberapa faktor yang mendorong untuk melakukannya. Untuk mengukur faktor-faktor yang membuat konsumen tertarik untuk membeli ulang produk kecantikan di Sociolla, pra survey dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden. Kemudian hasil pra survey beberapa faktor-faktor konsumen tertarik untuk membeli produk di Sociolla pada tabel berikut ini :



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Gambar 1.1 Hasil Pra Survey Faktor Keputusan Pembelian Konsumen

Dari penelitian ini dilaksanakan pra survey sejumlah 30 responden. Dari data pra survey faktor yang berpengaruh dalam minat beli ulang terdapat faktor *responsiveness* menunjukkan sebanyak 21 orang (70%) menyatakan melakukan niat pembelian ulang karena kualitas produk yang baik. Dan sebanyak 4 orang (13,3%) menyatakan niat pembelian ulang karena pelayanan yang sangat memuaskan. Serta sebanyak 5 orang (16,7%) menyatakan melakukan niat pembelian ulang karena merasa puas saat berbelanja pada online sociolla.

Pada penelitian Soebandhi et al., (2020) menyatakan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sehingga membuat pembeli melakukan pembelian ulang. Pada penelitian Fang, (2014) bahwa *product quality* mempunyai pengaruh dan signifikan positif atas kepuasan konsumen.

Namun demikian dalam penelitian sebelumnya, adanya variabel yang saling berhubungan dan signifikan mempengaruhi satu sama lain, maka hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk menelaah lebih dalam tentang *product quality*, *service quality* mengenai *intention to repurchase* didasarkan *customer satisfaction*. Maka peneliti mengambil judul “**Pengaruh Product Quality, Service Quality Terhadap Intention to Repurchase Melalui Customer Satisfaction Pada E-Commerce Sociolla**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka beberapa masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Masih ada orang yang tidak tertarik untuk melakukan niat pembelian ulang pada Sociolla sehingga mengindikasikan adanya masalah yang berkaitan dengan *Service Quality*
2. *Product Quality* pada sociolla masih kurang baik sehingga konsumen ragu untuk membeli produk
3. Sociolla tidak memberikan hasil yang sesuai dengan ekspektasi konsumennya sehingga mengindikasikan adanya masalah yang berkaitan dengan *Customer Satisfaction*

1.3 Pembatasan Masalah

Supaya penelitian ini berfokus serta tidak keluar dari konteks pembahasan, sehingga penelitian ini hanya dibatasi oleh variabel yang sangat memiliki kaitan dengan variabel utama yaitu *Product Quality* dan *Service Quality* pada *Intention to Repurchase* melalui *Customer Satisfaction*.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh antara *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada e-commerce sociolla?
2. Apakah terdapat pengaruh antara *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada e-commerce sociolla?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *product quality* terhadap *intention to repurchase* pada e-commerce sociolla?
4. Apakah terdapat pengaruh antara *service quality* terhadap *intention to repurchase* pada e-commerce sociolla?
5. Apakah terdapat pengaruh antara *customer satisfaction* terhadap *intention to repurchase* pada e-commerce sociolla?
6. Apakah terdapat pengaruh antara *product quality* terhadap *intention to repurchase* melalui *customer satisfaction* pada e-commerce sociolla?

7. Apakah terdapat pengaruh antara *service quality* terhadap *intention to repurchase* melalui *customer satisfaction* pada e-commerce sociolla?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Bertujuan mengetahui pengaruh *product quality* dalam *customer satisfaction* pada e-commerce sociolla
2. Bertujuan mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada e-commerce sociolla
3. Bertujuan mengetahui pengaruh *product quality* pada *intention to repurchase* pada e-commerce sociolla
4. Bertujuan mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *intention to repurchase* pada e-commerce sociolla
5. Bertujuan mengetahui pengaruh *customer satisfaction* dalam *intention to repurchase* pada e-commerce sociolla
6. Bertujuan mengetahui pengaruh *product quality* dalam *intention to repurchase* berdasarkan *customer satisfaction* pada e-commerce sociolla
7. Bertujuan mengetahui pengaruh *service quality* dalam *intention to repurchase* melalui *customer satisfaction* dalam e-commerce sociolla

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis: teori dan pengetahuan yang diterapkan tentang *product quality*, *service quality*, *intention to repurchase* dan *customer satisfaction*. Dengan ini diharapkan penelitian dapat menjadi data masukan untuk penelitian mendatang.
2. Manfaat bagi perusahaan: Menjadi data masukan serta informasi bagi Sociolla, dalam meningkatkan *product quality* dan *service quality* dalam *intention to repurchase* lewat *customer satisfaction*