

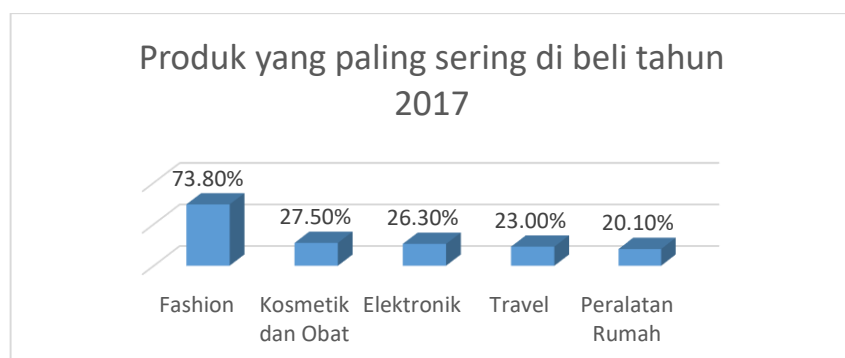
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang dimana masyarakatnya sangat terbuka dengan teknologi baru dan produk-produknya. Hal ini dilihat dari jumlah pemakaian internet di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat sangat pesat. Ini merupakan tantangan sekaligus kesempatan yang besar untuk perusahaan *E-Commerce* di Indonesia dapat dikembangkan dengan baik. Bila sebelumnya kita melakukan transaksi jual beli secara langsung (konvensional), sekarang ini masyarakat Indonesia mulai beralih ke pasar maya dan telah terbiasa dengan transaksi jual beli melalui internet atau sering disebut *Online Shopping*. Survei menyebutkan bahwa penyebab meningkatnya tren konsumen untuk berbelanja online adalah kenyamanan dan kepraktisan.

Menurut hasil riset statistik.kominfo.go.id produk yang paling sering dibeli di toko online adalah sebagai berikut :



Selain itu, beberapa tahun terakhir fenomena beauty vlogger menjadi sesuatu yang populer di kalangan millennial. Sebagai pengguna internet, khususnya YouTube, kita tentu banyak melihat orang-orang kini berlomba-lomba untuk berbagi passionnya di bidang kosmetik dan kecantikan. Dari mulai memberikan review seputar produk-produk kecantikan, hingga memberikan tutorial cara menggunakan produk kecantikan dengan berbagai kondisi. Fenomena beauty vlogger ini rupanya tidak terlepas dari tren penjualan kosmetik yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dengan jumlah penduduk yang mencapai 118 juta orang perempuan, tentunya Indonesia menjadi lahan subur bagi industri kecantikan. Hal ini menjadi salah satu peluang besar yang menjanjikan bagi perusahaan *E-Commerce*, terutama yang bergerak di bidang kecantikan. Menjamurnya situs belanja online, khususnya di bidang kecantikan bisa membuat kita lepas kontrol. Apalagi iming-iming harga yang jauh lebih murah dibanding harga jual di toko aslinya.

Menurut Fadil dan Priyo (2015:140), harga adalah besaran yang dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dijual oleh pemasar. Bagi pelanggan yang sensitif, harga murah adalah kepuasan.

Dalam buku *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* menurut Lewis & Booms yang dikutip oleh Tjptono (2012: 157) kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan

mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.

Menurut Boyd Jr dalam Jurnal Kurniawan (2012:5) mengatakan bahwa kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian kualitas layanan yang tinggi, yang pada akhirnya akan berakibat pada kepuasan pelanggan.

Salah satu toko online yang bergerak di bidang kecantikan yang ada di Indonesia, khususnya di Kota Bandung adalah situs Nyonyawardah.com. Situs ini bergerak sebagai penyedia produk kosmetik dan merupakan reseller resmi dari beberapa produk yang aman dan telah mempunyai sertifikat BPOM resmi.

Nyonyawardah.com berdiri pada tahun 2010 dan dilatarbelakangi oleh sedang "*booming-nya*" merek kosmetik Wardah pada saat itu. Alasan diberi nama Nyonyawardah, karna produk pertama yang di jual adalah kosmetik bermerek Wardah. Namun seiring berjalannya waktu dan keinginan konsumen yang bervariasi, saat ini Nyonyawardah mulai menjual banyak merek kosmetik lain di antaranya Makeover, Emina, Lt pro, Maybelline, Inez, Eighty eight, Mineral Botanica dan masi banyak yang lainnya. Produk

dijual adalah produk-produk yang aman dan telah mempunyai sertifikat BPOM RI resmi.

Nyonyawardah.com selalu berusaha memberikan layanan terbaik kepada konsumen dengan berbagai penawaran menarik seperti harga promo, diskon khusus, *special deal*, dan juga memberikan kemudahan transaksi dengan gratis ongkos kirim untuk area tertentu, serta layanan *Cash on Delivery* (COD). (Sumber : Nyonyawardah.com)

Berikut ini adalah perbandingan sebuah produk Wardah Cosmetic dengan item yang sama yaitu Lightening Compact Powder namun dijual ditempat berbeda :

Tabel 1

Perbandingan harga lightening compact powder

Barang	Harga Transmart	Harga Nyonyawardah.com
Wardah Lightening Compact Powder	Rp 47.000	Rp 47.000

Sumber : Katalog Nyonyawardah.com

Namun berdasarkan review dari sebagian konsumen terhadap toko online Nyonyawardah.com merasa kurang puas dan kecewa. Ketidakpuasan terhadap toko online Nyonyawardah.com ini bermacam-macam, mulai dari harga yang relatif mahal tetapi barangnya kurang berkualitas, pengiriman yang lama dan tidak adanya garansi untuk produk yang tidak sesuai.

Dengan menyadari adanya informasi dan data yang ada, maka dalam penelitian ini penulis memilih toko *online* Nyonyawardah.com sebagai objek penelitian, dengan maksud untuk mengetahui bagaimana harga dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul: **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko *Online* Nyonyawardah.Com” (Studi kasus pada pelanggan Nyonyawardah.com di Kota Bandung)**

B. Identifikasi Masalah

Kenyataannya setiap bidang usaha dituntut untuk terus memberikan harga produk yang bersaing dan kualitas pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya upaya - upaya baik seperti yang diatas di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan harga produk dan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Tak terkecuali bagi perusahaan *e-commerce* atau toko *online*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan toko *online* Nyonyawardah.com di Kota Bandung?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko *online* Nyonyawardah.com di Kota Bandung?
3. Bagaimanakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan (secara bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan toko *online* Nyonyawardah.com di Kota Bandung?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan toko *online* Nyonyawardah.com di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko *online* Nyonyawardah.com di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan (secara bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan toko *online* Nyonyawardah.com di Kota Bandung

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran terutama mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

- a. Bagi penulis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan, mengembangkan pengetahuan penulis dibidang pemasaran yang telah menjadi ketertarikan penulis, meningkatkan kompetensi diri, kecerdasan intelektual dan emosional.
- b. Bagi pihak lain. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat sebagai bacaan yang bermanfaat bagi yang memerlukan.
- c. Bagi perusahaan. Adanya input informasi bagi perusahaan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta dapat dijadikan pedoman untuk melakukan perbaikan saat ini maupun masa yang akan datang.

F. Kerangka Pemikiran

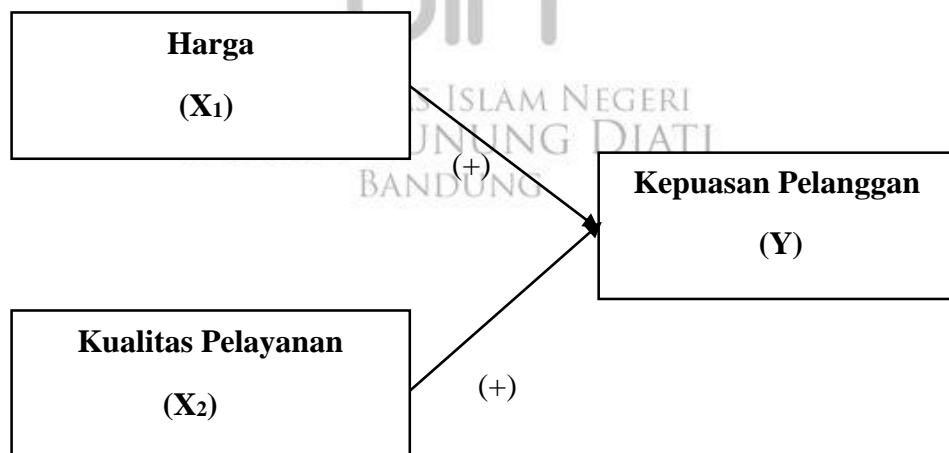
Kerangka pemikiran merupakan hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati dan diukur dengan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran merupakan gambaran terhadap penelitian yang dilakukan yang dilkuakan serta memberikan landasan yang kuat terhadap topik yang dipilih dan disesuaikan dengan masalah yang terjadi (Sugiyono, 2009:34). Agar konsep-konsep ini mampu diamati dan diukur , maka dijabarkan kedalam beberapa variabel dalam sebuah model penelitian.

Judul penelitian adalah Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko *Online* Nyonyawardah.com. Dengan rumusan masalahnya adalah Apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan toko *online* Nyonyawardah.com. Variabel (X₁) Harga yaitu mengacu pada apa yang harus diberikan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang biasanya menggunakan nilai uang. Untuk indikator dari Harga yaitu Kualitas Produk, Tingkat Persaingan dan Kegiatan Promosi. Variabel (X₂) Kualitas Pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Indikator dari Kualitas Pelayanan yaitu Keandalan (*Reliability*), Keberwujudan (*Tangible*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*). Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan yaitu hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. Indikator dari Kepuasan

Pelanggan yaitu Kualitas, Harga, *Service Quality*, *Emotional Factor* dan Kemudahan.

Alat analisis dalam penelitian ini ada dua macam, pertama adalah Agresi Linier Sederhana untuk menganalisis besarnya pengaruh harga yang dinyatakan sebagai (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan juga menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan yang dinyatakan dengan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Alat analisis kedua adalah Agresi Linier Berganda untuk mengetahui secara bersama- sama besarnya pengaruh harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Toko *Online* Nyonyawardah.com sehingga mendapatkan kesimpulan dan saran.

Secara sistematis, kerangka berpikir dalam penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : diolah peneliti

G. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2

No	Nama	Judul	Variabel
1	Zahrina Fadilah (2015)	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada.	1. Harga 2. Kualitas Pelayanan 3. Kepuasan Pelanggan
2	Rizki Adi Fauzi (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perum Damri.	1. Kualitas Pelayanan 2. Kepuasan Pelanggan
3	Sartika Putri Handayani (2017)	Pengaruh Experimental Marketing, Store Atmosphere dan Store Image Terhadap Kepuasan Pelanggan.	1. Experimental Marketing 2. Store Atmosphere 3. Store Image 4. Kepuasan Pelanggan

4	Gungun Sukma Sagara (2013)	Pengaruh Kepuasan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pos Express	1. Kepuasan Jasa 2. Kepuasan Konsumen
5	ADI, Albertus Ferry Rostya and Yoestini (2012)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Spesial Sambel Cabang Lempersari Semarang.	1. Harga 2. Kualitas Produk 3. Kualitas Layanan 4. Kepuasan Pelanggan

Hasil

1. Variabel harga (X_1) setelah dilakukan uji hipotesis ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan toko *online* Lazada. Besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,719 atau 71,9%.
2. Variabel kualitas pelayanan (X_2) setelah dilakukan uji hipotesis ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko *online* Lazada. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,890 atau 89.0%.

Apabila dilihat secara bersama – sama (simultan) ada pengaruh antara harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggantoko *online* Lazada. Besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,901 atau 90,1%.

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian biasanya disusun dan hasilnya diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1

Ha: Terdapat pengaruh dari Harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan toko online Nyonyawardah.com (Y)

H0: Tidak terdapat pengaruh dari harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan toko online Nyonyawardah.com (Y)

Hipotesis 2

Ha: terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan (X_2) kepuasan pelanggan toko online Nyonyawardah.com (Y)

H₀: Tidak terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan toko online Nyonyawardah.com (Y)

Hipotesis 3

H_a: Terdapat pengaruh dari harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) kepuasan pelanggan toko online Nyonyawardah.com (Y)

H_o: Tidak Terdapat pengaruh dari harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) kepuasan pelanggan toko online Nyonyawardah.com (Y)

