

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era serba praktis yang ditandai dengan kemudahan akses untuk *online* ini, semua kalangan dapat melakukan apapun dan dimanapun melalui media dan koneksi internet. Di Indonesia, internet berkembang dengan sangat pesat. Salah satu perkembangannya ditunjang oleh semakin murah dan bervariasi fasilitas untuk koneksi internet. Hal ini dinyatakan oleh website *Internet World Stats* (10/04/18) bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 143,260,000 pengguna pada bulan Desember 2017. Selanjutnya menurut Utami (2010), perkembangan teknologi ini mempunyai peranan dalam berbagai bidang, salah satunya bidang perdagangan atau bisnis. Peran teknologi dalam bisnis adalah sebagai fasilitas bisnis *online* berbentuk website atau aplikasi dan penyedia sarana transaksi secara *online* seperti *mobile* dan *internet banking*.

Bisnis *online* yang berkembang pesat di Indonesia salah satunya adalah bisnis travel *online*. Kegiatan bisnis ini biasa disebut dengan *online booking* atau reservasi secara online. Dalam riset E-Marketer di kawasan Asia-Pasifik, dalam periode tahun 2010-2016 bisnis travel *offline* terus menurun dari proporsi penjualan sebesar 82,8 persen menjadi 63,2 persen. Sebaliknya, dalam waktu yang sama bisnis travel *online* tumbuh dari proporsi penjualan sebesar 17,2 persen, enam tahun kemudian naik lebih

dari dua kali lipat yaitu sebesar 36,8 persen. Data tersebut selaras dengan riset Consumer Barometer oleh Google yang bekerja sama dengan Taylor Nelson Sofres (TNS) bahwa 12% responden memilih hotel mereka melalui layanan *online* setelah sebelumnya memesan tiket pesawat secara *online*.

Traveloka adalah jenis perusahaan *booking online* yang menyediakan berbagai kebutuhan dalam satu *platform* dan merupakan perusahaan agen travel *online* terbesar di Indonesia yang dirintis pada Maret tahun 2012. Traveloka menyediakan layanan reservasi tiket beberapa jenis transportasi, hotel, pembayaran tagihan dan *top-up*, dan beberapa tiket *events* tertentu. Kunci kesuksesan dari sebuah brand *online booking* seperti Traveloka di industri sekarang ini adalah menghadirkan layanan terlengkap dan dapat diandalkan oleh siapapun. Itulah mengapa Traveloka selalu berupaya memberikan pengalaman konsumen yang terbaik dan secara menyeluruh. Jadi, dapat disimpulkan pentingnya peranan kualitas layanan elektronik dalam perkembangan Traveloka kaitannya dengan tujuan untuk memuaskan dan menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan.

Kualitas layanan elektronik (*e-Service Quality*) didefinisikan sebagai ‘...sejauh mana sebuah website memfasilitasi keefisienan dan keefektivitasan terhadap berbelanja, pembayaran dan pengantaran Parasuraman et al. (2005). Tingkat kualitas layanan yang tinggi akan menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi pula. (Kiswara, 2017).

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012) adalah wujud perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Greyskens et al., (1996) dalam Fang (2014) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang erat dengan kepercayaan pribadi.

Ghane et. al (2011) dalam hasil penelitiannya yang berjudul “*Full Relationship Among E-Satisfaction, E-trust, E-Service Quality, and E-Loyalty: The Case of Iran E-Banking*” dan Ribbink et. al (2004) dalam penelitiannya yang berjudul “*Comfort your online customer: quality, trust and loyalty on the internet*” menunjukkan bahwa kualitas dari layanan elektronik berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepercayaan pelanggan dengan kepuasan pelanggan elektronik sebagai mediator. Namun, penelitian lain mengungkapkan hal yang berbeda bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan pelanggan tanpa adanya mediasi (Sobihah et. al, 2015).

Berdasarkan fenomena dan uraian di atas, peneliti akan melakukan analisis pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepercayaan dengan kepuasan pelanggan elektronik sebagai variabel intervening. Penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa S1 aktif di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi di Traveloka sebanyak minimal dua kali.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan rumusan masalah dari penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan elektronik?
2. Apakah kepuasan pelanggan elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan pelanggan elektronik?
3. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan elektronik?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan elektronik?

C. Tujuan

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan elektronik.
2. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan elektronik terhadap kepercayaan pelanggan elektronik.
3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepercayaan pelanggan elektronik.
4. Menganalisis kepuasan pelanggan sebagai pemediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan elektronik.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam ilmu manajemen, terutama dalam bidang manajemen operasional.
 - b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan untuk melakukan penelitian selanjutnya.
2. Secara praktis

Bagi perusahaan, bisa digunakan sebagai bahan informasi bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis *online* terutama perusahaan layanan travel *online* dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber objektif yang memberikan bukti empiris mengenai variable terkait sehingga dijadikan pedoman untuk menentukan strategi pengembangan situs di masa yang akan datang.