

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam aktivitas online yang kini lazim dilakukan, keinginan konsumen untuk berbelanja online didorong oleh keinginan mendapatkan barang berkualitas dari suatu platform/marketplace. Niat untuk kembali berbelanja di platform yang sama muncul karena konsumen merasa nyaman dan puas dengan pengalaman mereka secara keseluruhan. .

Tokopedia adalah platform *e-commerce* raksasa di Indonesia yang mempertemukan penjual dan pembeli secara digital dengan model *marketplace* dan *mall online*, menawarkan kemudahan akses dan promosi gratis hingga 2015, namun di balik kesuksesannya, muncul keluhan konsumen tentang kerugian yang dialami akibat layanan platform ini.

Menurut Lestari, dkk., (2020), Kepuasan konsumen sangat penting dalam *e-commerce* karena dapat meningkatkan loyalitas, retensi konsumen, dan mendorong pertumbuhan bisnis. Konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian berulang, menjadi pendukung merek. Selain itu, kepuasan konsumen juga dapat mengurangi biaya pemasaran karena konsumen yang puas cenderung menjadi sumber pemasaran dari mulut ke mulut yang efektif. Kepuasan konsumen Tokopedia mengalami penurunan yang terlihat dari banyaknya keluhan negatif dan *rating* yang rendah. Beberapa keluhan konsumen didominasi oleh permasalahan dari kualitas aplikasi, variasi produk dan *e-servicescape* yang masih mengecewakan konsumen.

Kualitas aplikasi sangat penting karena mempengaruhi kepuasan pengguna, retensi pengguna, keamanan aplikasi, dan pada akhirnya, keberhasilan aplikasi itu sendiri. Aplikasi berkualitas tinggi cenderung menghasilkan pengalaman pengguna yang lebih baik, lebih banyak unduhan, pengguna yang lebih setia, dan lebih sedikit masalah keamanan (Noor, 2022). Safitri dan Dewi (2025), kualitas aplikasi memengaruhi kepuasan konsumen. Namun hasil berbeda di peroleh Febrianti, dkk., (2023), kualitas aplikasi tidak memengaruhi terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas aplikasi Tokopedia yang masih belum memuaskan konsumen. Pengguna seringkali mengeluhkan masalah pada fitur pencarian, lambat dalam memuat, error pada aplikasi, dan ketidaksesuaian gambar produk. Akibatnya banyak konsumen yang beralih ke aplikasi *e-commerce* lainnya yang lebih optimal.

Variasi produk adalah strategi bisnis di mana perusahaan menawarkan berbagai macam produk dengan fitur, desain, harga, dan opsi yang berbeda untuk memenuhi preferensi dan kebutuhan konsumen yang beragam. Ini adalah upaya untuk menciptakan diversifikasi produk untuk menarik berbagai segmen pasar dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Pawarti, dkk.,2022). Penelitian yang dilakukan Andawina dan Saputra (2024) bahwa variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil berbeda di peroleh Azizah (2023) bahwa variasi produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Masalah variasi produk di Tokopedia jika dibandingkan dengan pesaingnya, adalah kurangnya kelengkapan kategori produk dan pilihan yang tersedia. Kemudian masalah lainnya adalah deskripsi yang tidak menjelaskan manfaat, fungsi, bahan, ukuran, warna, dan detail produk lainnya dapat membuat pembeli tidak yakin dengan produk tersebut. Ini bisa

membuat konsumen merasa kurang puas karena pilihan yang terbatas atau sulit menemukan produk yang dicari.

Servicescape sangat penting untuk kesuksesan bisnis karena mempengaruhi persepsi, emosi, dan perilaku konsumen, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam *e-commerce*, *e-servicescape* merujuk pada elemen-elemen visual, interaktif, dan fungsional dari situs web atau *platform online* yang menciptakan pengalaman bagi konsumen (Safira, 2024). Penelitian yang dilakukan Safira (2024) bahwa *e-servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil berbeda di peroleh Sucahyo dan Solovida (2022) bahwa *e-servicescape* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Masalah *e-Servicescape* Tokopedia dapat merujuk pada beberapa aspek yang mempengaruhi pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan *platform* Tokopedia secara online. Beberapa masalah yang mungkin muncul terkait *e-Servicescape* antara lain Tokopedia tidak intuitif, sulit dinavigasi, atau tidak konsisten antar halaman, ini dapat menyulitkan pengguna dalam menemukan produk, menyelesaikan transaksi, atau mencari informasi yang dibutuhkan. Fitur-fitur seperti pencarian produk, keranjang belanja, sistem pembayaran, atau fitur lain mungkin tidak berfungsi dengan baik, menyebabkan frustrasi pada pengguna. Pengguna merasa *platform* tidak aman untuk memasukkan informasi pribadi atau melakukan transaksi, ini dapat mengurangi kepercayaan mereka pada Tokopedia. Kemudian dukungan konsumen lambat, tidak membantu, atau tidak responsif, ini dapat meninggalkan kesan negatif pada pengguna. Akibatnya banyak respons negatif akibat ketidakpuasan konsumen dalam menggunakan Tokopedia.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat sebuah Judul Penelitian yaitu "**Pengaruh Kualitas Aplikasi, Variasi Produk dan *E-Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia**".

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang ditemukan antara lain :

1. Kualitas aplikasi Tokopedia yang masih belum memuaskan konsumen.
2. Kurangnya variasi produk yang terlihat dari tidak lengkapnya kategori produk dan pilihan yang tersedia.
3. *E-Servicescape* yang masih belum efektif terlihat dari Tokopedia tidak intuitif, sulit dinavigasi, Pengguna merasa *platform* tidak aman dan dukungan konsumen lambat.
4. Kepuasan konsumen Tokopedia mengalami penurunan yang terlihat dari banyaknya keluhan negatif dan rating yang rendah.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang menjadi dasar penelitian adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Aplikasi terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia?
2. Apakah terdapat pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia?
3. Apakah terdapat pengaruh *E-Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Aplikasi, Variasi Produk dan *E-Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Aplikasi terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia.
2. Untuk menganalisis pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia.
3. Untuk menganalisis pengaruh *E-Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Aplikasi, Variasi Produk dan *E-Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain adalah:

1. Peneliti
Untuk penambahan pengetahuan peneliti yang berhubungan dengan manajemen.
2. Bagi Universitas Prima Indonesia
Sebagai tambahan referensi penelitian.
3. Bagi Tokopedia
Sebagai tambahan pihak Tokopedia dalam evaluasi kepuasan konsumen.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
Sebagai bahan referensi atau perbandingan bagi peneliti mendatang.

1.6 Tinjauan Pustaka

1.6.1 Kualitas Aplikasi

Menurut Lestari, dkk., (2020), Kualitas aplikasi artinya sejauh mana aplikasi memenuhi persyaratan fungsional dan non-fungsional yang ditetapkan, serta seberapa baik aplikasi tersebut memenuhi harapan pengguna. Menurut Sapitri dan Putri (2023), Kualitas aplikasi menunjukkan sejauh mana aplikasi memenuhi persyaratan fungsional, non-fungsional, serta harapan pengguna.

1.6.2 Variasi Produk

Menurut Pawarti, dkk., (2022), Variasi produk yang artinya strategi bisnis menawarkan beragam produk (fitur, desain, harga, opsi) untuk memenuhi selera konsumen. Menurut Sisca, dkk., (2022), Variasi produk merupakan keragaman dalam jenis, ukuran, harga, atau tampilan produk yang ditawarkan perusahaan.

1.6.3 *E-Servicescape*

Menurut Rahman dan Listyorini (2022), *E-Servicescape* adalah lingkungan virtual yang dirancang untuk menciptakan pengalaman positif bagi konsumen saat berinteraksi dengan bisnis secara online. Menurut Wibisono (2023), *E-servicescape* adalah lingkungan virtual yang dirancang untuk memengaruhi persepsi dan perilaku konsumen dalam layanan online.

1.6.4 Kepuasan Konsumen

Menurut Diawati, dkk., (2020), Kepuasan konsumen berarti hasil dari evaluasi kesenjangan antara ekspektasi dan kenyataan pengalaman produk/layanan. Menurut Noor (2022), Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan konsumen (senang/kecewa) setelah membandingkan hasil produk/layanan dengan ekspektasinya.

1.7. Teori Pengaruh Kualitas Aplikasi terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas aplikasi sangat memengaruhi kepuasan konsumen. Aplikasi yang baik, mudah digunakan, dengan fitur menarik dan informasi relevan, cenderung meningkatkan kepuasan pengguna (Noor, 2022). Kualitas aplikasi sangat penting untuk kepuasan dan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan bisnis. (Lestari dan Wahyuni, 2022)

1.8. Teori Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen

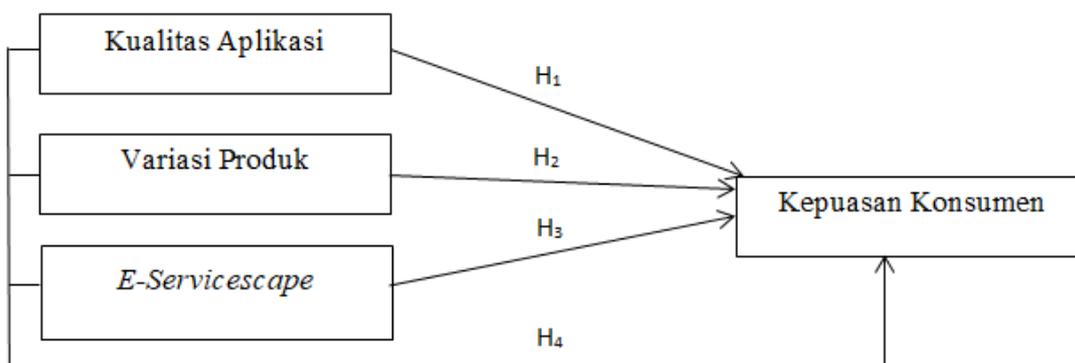
Variasi produk yang lebih banyak meningkatkan kepuasan konsumen, karena pilihan yang beragam memudahkan mereka menemukan apa yang dicari (Finthariasari, dkk.,2020).Variasi produk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menyediakan lebih banyak pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu. (Pawarti, dkk.,2022).

1.9. Teori Pengaruh *E-Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen

E-servicescape adalah elemen-elemen lingkungan online (seperti desain situs web, tata letak, kemudahan penggunaan, keamanan) yang dirancang untuk memengaruhi pengalaman dan kepuasan konsumen dalam transaksi digit (Safira,2024). Dengan mengelola elemen-elemennya dalam *E-servicescape* secara efektif, bisnis dapat menciptakan lingkungan online yang menarik, efisien, dan aman, yang pada akhirnya meningkatkan kepu (Wijaya,2025).

1.10. Kerangka Konseptual

Dari teori pengaruh Kualitas Aplikasi, Variasi Produk dan *E-Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia digambar dalam kerangka konseptual dibawah ini:



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

1.11. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara atas masalah penelitian secara empiris dan dirumuskan dalam bentuk pernyataan deklaratif yang dapat diuji.

H₁: Kualitas Aplikasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia.

H₂: Variasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia

H₃: *E-Servicescape* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia.

H₄: Kualitas Aplikasi, Variasi Produk dan *E-Servicescape* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia.