

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Selama kurang lebih dalam dua tahun ini, Pandemi yang sedang berlangsung membawa dampak perubahan besar terhadap gaya hidup manusia dalam segi aspek manapun. Banyak kegiatan yang harus dibatasi agar dapat menghindari kelonjakan kasus terpapar virus *Covid-19* yang masih tak terkendali hingga saat ini. Kegiatan-kegiatan yang dahulunya bisa datang pada tujuan dan tempat mana pun kini menjadi terhambat karena pembatasan kuantitas antrian pada suatu lokasi agar dapat menghindari kerumunan yang beresiko penyebaran virus tersebut. Sehingga, banyak sistem maupun prosedur yang berubah demi kelancaran gaya hidup manusia yang baru dengan memanfaatkan salah satu hasil inovasi terbaik manusia yaitu *Internet* yang dimana salah satu hasil dari perkembangan teknologi ini menjadi dasar dan kebutuhan dalam setiap kehidupan manusia saat ini.

Saat ini, masyarakat dapat melakukan apapun hanya dengan menyambungkan koneksi *internet* agar bisa mengakses berbagai halaman web ataupun aplikasi pendukung untuk memenuhi kebutuhan dan pekerjaan manusia dalam kesehariannya khususnya dari jarak jauh. Jadi selain fungsi dari *internet* adalah mencari informasi, masyarakat bisa menggunakan *internet* untuk memenuhi berbagai

kebutuhan produk yang dijual luas secara *online* melalui *website*. Banyak keuntungan yang bisa dirasakan dengan bertransaksi secara *online* yaitu tidak perlu keluar rumah untuk mengantri, bisa menghemat waktu serta lebih praktis dan cepat. Banyak kemudahan yang ditawarkan seperti tidak perlu kesulitan membawa barang yang dibeli dan transaksi yang lebih mudah dan cepat sehingga pengguna layanan *online* hanya perlu duduk dan menunggu barang yang dipesan.

Sebagai salah satu karakter utama dalam penjualan produk di *website* secara *online*, Perusahaan memanfaatkan sarana ini sebagai penjualan produk, pelayanan jasa dan sekaligus memberikan kemudahan bagi para pelanggannya untuk mendapatkan penawaran maupun produk atau layanan jasa dari perusahaan tersebut. Keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dalam menerapkan penjualan online yaitu jangkauan pasar yang lebih luas, modal yang lebih terjangkau, banyak media promosi yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan profit perusahaan.

Namun perusahaan harus memperhatikan sisi lain agar tetap bersaing ketat dengan kompetitornya yaitu menerapkan *E-service quality* yang baik agar dapat menjadi salah satu penunjang keberhasilan suatu perusahaan. *E-service quality* merupakan hasil dari inovasi yang tercipta dari perkembangan teknologi sekaligus penentu keberlangsungan kesuksesan perusahaan dalam menangani pelanggan. Dasar dari penentu kesuksesan perusahaan dalam memanfaatkan *E-service quality* adalah kemudahan dalam mengakses aplikasi pendukung dari perusahaan tersebut

yang mulai dari pemilihan dan pemesanan produk hingga penerimaan tagihan serta metode pembayaran yang akan digunakan. Hal ini juga harus didukung pula dengan tampilan yang menarik, kemudahan pemakaian aplikasi, mudah di akses dan minim kesalahan yang dibuat oleh aplikasi pendukung tersebut.

Dalam penuturannya Jonathan (2013:105) di Chesanti dan Setyorini (2018:10) *E-service quality* diartikan sebagai keahlian dalam suatu laman internet untuk memberikan sarana aktivitas berbelanja, transaksi jual beli, maupun pengiriman produk dan jasa dan perputaran secara efektif dan efisien melalui internet sehingga *E-service quality* sangat berpengaruh pula bagi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak dapat ditentukan hanya dari transaksi belanja dan pengiriman, melainkan seberapa interaktif situs *online* tersebut dapat melayani dan berinteraksi dengan konsumen. Kualitas layanan ini sangat menentukan seberapa besar kesuksesan perusahaan dalam berbisnis secara *online*. Dengan meningkatkan *E-service quality*, maka peningkatan kepuasan pelanggan akan dicapai sesuai dengan pelayanan yang telah diberikan untuk pelanggan.

Dalam penuturan Tjiptono dan Chandra (2016:204) Kata kepuasan (*Satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*Satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya memenuhi sesuatu” atau “ membuat sesuatu memadai”.

Nagengast, Evanschitzky, Blut, & Rudolph, (2014:409) menjelaskan bahwa *Customer Satisfaction* merupakan tingkatan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan yang bisa dipenuhi dan berpengaruh pada pembelian ulang atau loyalitas pelanggan terhadap layanan tersebut. Faktor yang sangat penting untuk mendapatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas kinerja dari pengantara yang bekerja pada suatu laman atau aplikasi perusahaan tersebut.

Dengan hasil kepuasan pelanggan dalam memberikan pelayanan terbaik, maka perusahaan akan bisa lebih bersaing dengan kompetitor perusahaannya. Hal ini dapat memberikan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dan reputasi perusahaan yang menjadi baik di mata pelanggan pula sehingga dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan yang meningkat.

Salah satu perusahaan yang mengembangkan upaya layanannya tidak hanya secara konvensional, namun dilakukan secara online yaitu Koperasi Kredit Kosayu Malang dimana Koperasi ini dapat mempermudah anggota mengetahui saldo simpanan dan pinjaman dengan mengakses Aplikasi online mereka yaitu Kopdit Kosayu Mobile.

Koperasi Kredit Kosayu merupakan salah satu koperasi yang berada di kota Malang, Jawa Timur yang berdiri sejak 15 November 1981 dan masih aktif hingga sampai saat ini. Perkembangan anggota yang bergabung dengan koperasi serta mengikuti perkembangan teknologi masa

kini menjadi alasan untuk membuat aplikasi Kopdit Kosayu Mobile yang dapat diakses melalui *smartphone* oleh anggota seperti informasi area anggota, info koperasi, informasi produk, simulasi simpanan berjangka, kalkulator pinjaman, transaksi pembayaran dan tips trik keuangan dan lain-lain. Peluncuran Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile ini dapat mempermudah segala kebutuhan transaksi anggota yang dapat dilakukan dalam satu aplikasi. Koperasi Kosayu juga terus menerus menyempurnakan Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile yang telah diluncurkan pada tahun 2017 ini agar dapat memberikan kualitas produk dan pelayanan yang maksimal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh *E-service quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Koperasi Kredit Kosayu Malang (*Studi Pada Pengguna Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile*)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah – masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana signifikansi pengaruh variabel *E-service quality* (X) yang terdiri dari : *Ease of Use* (X1), *Website Design* (X2), *Reliability* (X3), *System Availbility* (X4), *Privacy* (X5), *Responsiveness* (X6), *Empaty* (X7) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pada Koperasi Kredit Kosayu

Malang (*Studi Pada Pengguna Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile*) secara simultan?

2. Bagaimana signifikansi pengaruh variabel *E-service quality* (X) yang terdiri dari : *Ease of Use* (X1), *Website Design* (X2), *Reliability* (X3), *System Availability* (X4), *Privacy* (X5), *Responsiveness* (X6), *Empaty* (X7) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pada Koperasi Kredit Kosayu Malang (*Studi Pada Pengguna Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile*) secara parsial?
3. Variabel manakah dari *E-Service quality* (X) yang berpengaruh dominan terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pada Koperasi Kredit Kosayu Malang (*Studi Pada Pengguna Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile*) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi tujuan sebagai berikut :

1. Untuk signifikansi pengaruh variabel *E-service quality* (X) yang terdiri dari : *Ease of Use* (X1), *Website Design* (X2), *Reliability* (X3), *System Availability* (X4), *Privacy* (X5), *Responsiveness* (X6), *Empaty* (X7) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) secara simultan pada Koperasi Kredit Kosayu Malang (*Studi Pada Pengguna Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile*).

2. Untuk signifikansi pengaruh variabel *E-service quality* (X) yang terdiri dari : *Ease of Use* (X1), *Website Design* (X2), *Reliability* (X3), *System Availability* (X4), *Privacy* (X5), *Responsiveness* (X6), *Empaty* (X7) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) secara parsial pada Koperasi Kredit Kosayu Malang (*Studi Pada Pengguna Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile*).
3. Untuk mengetahui variabel *E-service quality* yang berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Koperasi Kredit Kosayu Malang (*Studi Pada Pengguna Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile*).

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk memahami pengaruh *E-service quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Koperasi Kredit Kosayu Malang dan dapat menjadi bahan referensi.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengetahui seberapa besar pengaruh *E-service quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Koperasi Kredit Kosayu Malang (Pengguna Aplikasi Kopdit Kosayu Mobile).

3. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat memberikan tambahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya serta ilmu pengetahuan tentang *E-service quality* terhadap *Customer Satisfaction*.