

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pekembangan teknologi digital yang ada pada saat ini telah mendorong transformasi besar dalam dunia bisnis, Khususnya yang terjadi pada sektor perdagangan elektronik(e-commerce). Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah Shopee, yang kini tidak hanya menyediakan layanan berbelanja daring konvensional, tetapi juga menghadirkan fitur interaksi seperti Shopee Live. Melalui fitur ini, penjual dapat mempromosikan produknya secara langsung kepada konsumen, dan menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif dan real-time.

Dengan adanya kemajuan teknologi yang ada pada saat ini dan peningkatan akses internet yang secara signifikan mengubah cara berbisnis dan membawa perubahan besar dalam berbagai bidang ekonomi(Saied & Syafii, 2023). Perubahan ini terutama dipicu oleh perkembangan dalam teknologi informasi dan komunikasi, yang menciptakan inovasi di berbagai sektor industri. Dalam era bisnis saat ini, di mana digitalisasi sangat penting, industri e-commerce muncul sebagai kekuatan utama yang membantu pertumbuhan ekonomi secara digital (Chen, Teng, & Chen, 2022). Kemajuan teknologi dan internet memberikan pengaruh besar terhadap dunia bisnis, secara drastis merubah lanskap bisnis. Permintaan untuk menciptakan aplikasi e-commerce yang baru dan efektif semakin mendesak karena persaingan global yang ketat. Saat ini, aplikasi e-commerce menjadi bagian vital bagi banyak perusahaan dalam mengelola operasi dengan lebih efisien (Kumar & Khatri, 2022). Hal ini memungkinkan bisnis untuk mencapai pasar internasional, mengatasi batasan geografis, dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik untuk pelanggan. Singkatnya, aplikasi e-commerce memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan untuk menghadapi berbagai tantangan di zaman digital ini.

Namun, dalam persaingan yang semakin ketat dipasar e-commerce, kualitas produk menjadi salah satu faktor krusial yang menentukan keberhasilan sebuah merek atau penjual dalam mempertahankan konsumen. Kualitas produk yang baik tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian awal, tetapi juga berdampak pada tingkat kepuasan konsumen setelah pembelian awal, tetapi juga berdampak pada tingkat kepuasan konsumen setelah pembelian. Kepuasan ini menjadi dasar penentu utama dalam membentuk loyalitas konsumen untuk keberlangsungan bisnis jangka panjang.

Penelitian (Meilani & Saputro, 2025) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Hasil ini diperkuat oleh studi (Liana, Putri, & Djafri, 2024), yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Temuan-temuan ini menegaskan pentingnya peran kepuasan konsumen sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas produk dan loyalitas konsumen.

Dalam konteks Shopee Live, dimana terdapat interaksi antara penjual dan pembeli terjadi secara langsung, persepsi terhadap kualitas produk bisa terbentuk dengan cepat. Konsumen yang merasa puas dengan produk yang diterima setelah menonton dan membeli melalui Shopee Live kemungkinan besar akan kembali untuk melakukan pembelian atau bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Maka dari itu penting untuk memahami sejauh mana kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, dengan mempertimbangkan peran kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Mahasiswa STIE Malangkecewara merupakan salah satu kelompok konsumen yang aktif menggunakan Shopee untuk memenuhi kebutuhan berbelanja mereka dan cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan platform digital dan cenderung mencari produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan, tetapi juga dapat memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kualitas produk yang ditawarkan di Shopee Live, yang dimana dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen di kalangan Mahasiswa ini.

Melalui pengalaman visual dan komunikasi dua arah saat siaran berlangsung. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi dari kekosongan tersebut dengan mengkaji kembali hubungan antara kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen secara lebih mendalam dalam konteks shopee live, sehingga pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih relevan terhadap perilaku konsumen pada fitur shopee live yang semakin berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Shopee Live. Yang di mana objek dari penelitian ini mahasiswa STIE Malangkucecwara yang aktif dalam berbelanja online melalui fitur Shopee live. Selain itu juga dengan memahami hubungan antara ketiga variabel ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pemilik toko online di Shopee dalam meningkatkan kualitas produk, kepuasan konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen pada shopee live?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada shopee live?
3. Apakah kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada shopee live?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada shopee live?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada shopee live
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada shopee live
3. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada shopee live

4. menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada shopee live.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih luas lagi dibidang manajemen pemasaran khususnya dalam memahami hubungan antara kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Dalam konteks platform media social berbasis E-Commerce seperti Shopee live. Pada penelitian ini juga dapat mendukung pengembangan pada perilaku konsumen digital era live commerce pada saat ini, dengan menekankan pentingnya peran kepuasan sebagai variabel mediasi Hasil penelitian ini dapat menjadi bukti empiris yang mendukung atau bahkan memperluas dari teori-teori sebelumnya mengenai pentingnya kualitas produk dalam membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan. Pada penelitian berpotensi untuk memperkaya dan mengembangkan teori pemasaran digital, khususnya dalam konteks live streaming commerce.

2. Manfaat Praktis

- A. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh berbagai pihak praktisi bisnis, khususnya yang menjalankan usaha melalui Shopee live, untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Manfaat praktis ini meliputi:
- B. Memberikan wawasan kepada pelaku usaha mengenai pentingnya menjaga kualitas produk untuk menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan.

- C. Menjadi acuan dalam menyusun strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, dengan memahami bahwa kepuasan merupakan jembatan penting antara kualitas produk dan loyalitas.
- D. Membantu penjual maupun brand owner dalam membangun brand image yang positif, menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang optimal, serta menciptakan nilai tambah produk di pasar digital.
- E. Memberikan panduan bagi pelaku bisnis dalam menentukan prioritas investasi pada aspek yang paling memengaruhi loyalitas, seperti peningkatan kualitas, layanan, dan interaksi pelanggan