

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi informasi dan Internet telah mengubah cara kita berbelanja. Platform *E-commerce* telah menjadi salah satu saluran utama bagi pelanggan untuk membeli produk dan layanan dengan mudah dan nyaman. Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan mereka di platform *E-commerce*[1].

Insun Wardrobe, perusahaan *fashion* yang berbasis di Kota Pangkalpinang, menghadapi tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan mereka di tengah persaingan yang ketat dalam industri *E-commerce*. Dalam upaya untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu memperhatikan faktor *E-Trust* yang memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan.

*E-Trust* mencakup kepercayaan pelanggan terhadap keamanan transaksi dan keaslian produk yang ditawarkan oleh perusahaan melalui platform *E-commerce*. Dalam hal ini, platform *E-commerce Tiktokshop* menjadi saluran penjualan utama bagi Insun Wardrobe. Oleh karena itu, penting menganalisis pengaruh faktor *E-Trust* terhadap loyalitas pelanggan mereka di platform ini.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, kepercayaan pelanggan menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang yang kuat antara perusahaan dan pelanggan. Dengan meningkatnya kepercayaan pelanggan terhadap Insun Wardrobe, pelanggan cenderung lebih loyal dan lebih mungkin untuk melakukan pembelian berulang serta merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

Namun, kepercayaan pelanggan seringkali dihadapkan pada risiko keamanan transaksi dan keaslian produk. Oleh karena itu, Insun Wardrobe perlu memastikan

bahwa mereka memiliki kebijakan keamanan yang kuat, memastikan pembayaran yang aman, dan menyediakan informasi yang jelas tentang produk yang ditawarkan.

Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis mendalam terhadap faktor *E-Trust* dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan Insun Wardrobe di Kota Pangkalpinang melalui platform *E-commerce Tiktokshop*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi Insun Wardrobe dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan mereka.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepercayaan dalam platform *E-commerce Tiktokshop*, Insun Wardrobe dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Dalam jangka panjang, peningkatan loyalitas pelanggan akan memberikan manfaat yang signifikan bagi pertumbuhan dan keberhasilan bisnis Insun Wardrobe di pasar *E-commerce* yang kompetitif.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari data diatas terdapat rumusan masalah yang diidentifikasi, yaitu:

Apakah *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Insun Wardrobe di platform *e-commerce TikTokShop*?

Dengan merumuskan pertanyaan di atas, penelitian ini akan dapat mengidentifikasi, menganalisis, dan memberikan wawasan yang berguna bagi Insun Wardrobe dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Insun Wardrobe melalui faktor *E-Trust* dalam platform *E-commerce Tiktokshop*.