

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, hal itu telah memberikan dampak yang besar pada semua aspek kehidupan manusia. Teknologi di era sekarang sangat membantu manusia dalam menjalani kehidupannya sehari-hari, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pun saat ini manusia bergantung pada teknologi. Salah satu teknologi yang berkembang sangat pesat saat ini adalah *smartphone*, selain untuk berkomunikasi jarak jauh, *smartphone* saat ini memiliki aplikasi – aplikasi yang beragam seperti aplikasi sosial media, *game*, *browsing*, aplikasi pelayanan jasa dan masih banyak aplikasi lainnya.

Teknologi *smartphone* memiliki aplikasi *offline* dan aplikasi *online*, untuk menjalankan atau mengoperasikan aplikasi *online* membutuhkan internet. “Internet adalah suatu jaringan komputer yang saling terhubung untuk keperluan komunikasi dan informasi” (Zabar dan Novianto, 2015). Dengan adanya internet manusia dapat memperoleh berbagai macam informasi yang ada, internet juga sangat membantu dalam kehidupan individu sehari – hari. Selain untuk memperoleh informasi yang luas, internet juga dapat digunakan untuk sarana pendidikan yang dapat menambah ilmu pengetahuan, dan hiburan.

Tabel 1. Data Pengguna Internet Tahun 2017 s/d 2019

Tahun	Pengguna Internet di Indonesia
2017	84 Juta
2018	95,2 Juta
2019	107,2 Juta

Sumber : Katadata 2019

Dari tabel data diatas menunjukkan bahwa ditahun 2017 pengguna internet di Indonesia mencapai 84 juta, lalu ditahun 2018 mengalami peningkatan sebanyak 11,2 juta pengguna atau sebesar 13,33%, sedangkan ditahun 2019 terjadi peningkatan sebanyak 12 juta pengguna atau sebesar 12,61%. Pada akhirnya di era sekarang perangkat *smartphone* menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat, tidak hanya untuk berkomunikasi secara mengirim pesan singkat atau menelpon, saat ini *smartphone* sudah bisa mengirim pesan foto atau video dan

Dival Larkhin Destamar, 2021

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK FITUR GOFOOD

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

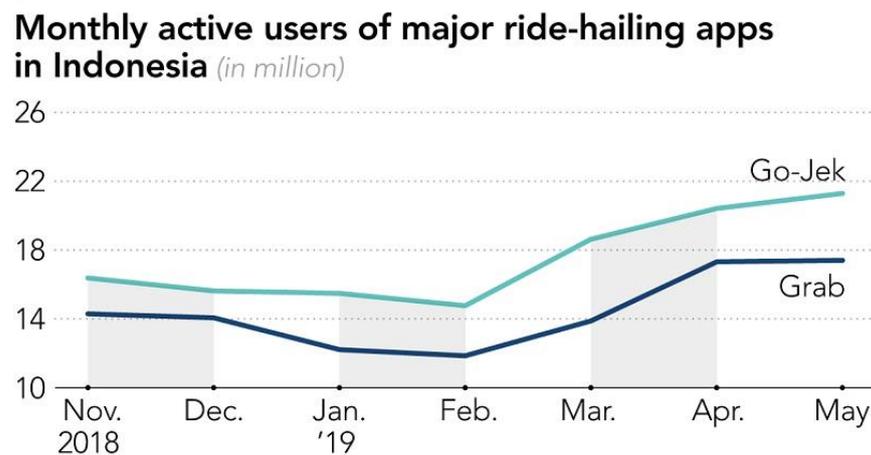
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

data. Berkembangnya teknologi *smartphone* ini makin memberikan kemudahan masyarakat untuk saling bertukar informasi yang lebih luas melalui media komunikasi yang tersedia.

Teknologi dan internet saat ini melekat pada kebanyakan manusia untuk melakukan berbagai macam hal, salah satunya yaitu melakukan mobilitas kegiatan menuju satu tempat yang berasal dari tempat lain melalui sebuah aplikasi di *smartphone*, yaitu dengan aplikasi layanan jasa transportasi *online*. Meskipun saat ini banyak moda transportasi umum yang tersedia namun seiring dengan berkembangnya zaman masyarakat menginginkan kemudahan dalam berkegiatan. Ada berbagai macam transportasi umum di Jakarta seperti bus besar (Bus Transjakarta), bus sedang (Metro Mini), bus kecil (Angkot) dan lainnya.

Transportasi umum sebagai sarana masyarakat untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat yang akan dituju, tentunya masyarakat menginginkan angkutan umum yang nyaman, cepat, aman dan nyaman. Namun di Jakarta terdapat permasalahan dalam bidang transportasi umum seperti kurang memadainya sarana angkutan umum, ruas jalan yang sempit sehingga menimbulkan kemacetan, selain itu untuk menggunakan angkutan umum masyarakat harus menunggu di sebuah halte atau terminal. Masyarakat saat ini menginginkan kemudahan dalam penggunaan angkutan umum.

Dengan perkembangan teknologi yang canggih disertai dengan internet kini moda transportasi berbasis aplikasi pun tercipta untuk mewujudkan keinginan masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam menggunakan transportasi umum dengan kualitas layanan yang baik. Ada beberapa aplikasi layanan jasa transportasi *online* salah satunya adalah Gojek, dalam aplikasi Gojek kita dapat memesan layanan jasa transportasi roda dua maupun roda empat. Tidak hanya layanan transportasi yang disediakan melainkan banyak fitur – fitur lainnya di dalam aplikasi Gojek antara lain GoMart untuk berbelanja kebutuhan sehari – hari tanpa harus meninggalkan rumah dan GoFood yaitu layanan pesan antar makanan atau minuman dari beberapa restoran atau tempat makan yang tersedia di menu GoFood.



Sumber : Tek.id 2019

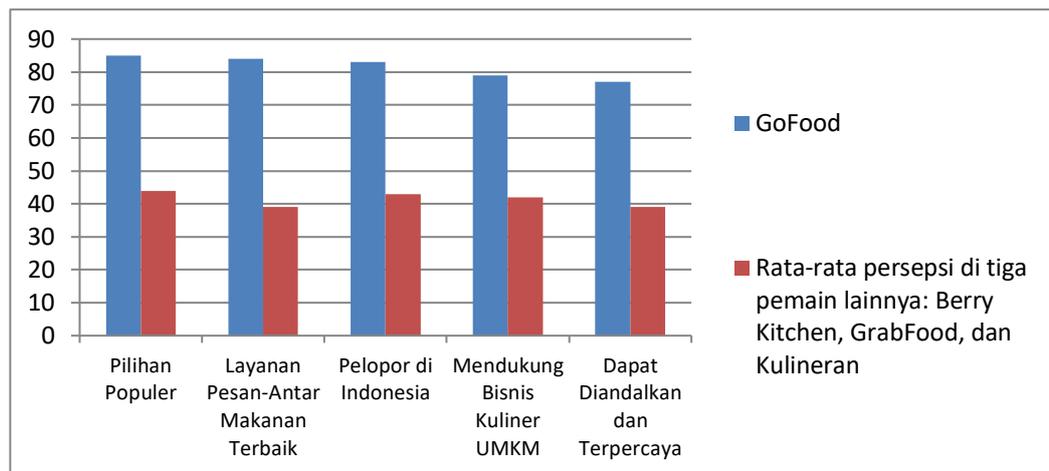
Gambar 1. Data Pengguna Aktif Bulanan Aplikasi Transportasi *Online* di Indonesia Tahun 2018 sampai dengan 2019.

Menurut data yang dilansir Nikkei, menyebutkan dibandingkan aplikasi lain (seperti Grab), Gojek memiliki pengguna aktif bulanan terbanyak di Indonesia. Dalam data tersebut, pengguna aktif bulanan aplikasi Gojek mencapai hampir 22 juta pengguna per bulan, sedangkan Grab hanya 18 juta per bulan.

Salah satu fitur yang tersedia di aplikasi Gojek adalah GoFood, GoFood merupakan layanan pesan antar makanan atau *food delivery service*. Indonesia merupakan negara yang banyak sekali jenis atau produk makanan yang tersedia mulai dari makanan tradisional hingga makanan modern. GoFood berhasil meningkatkan omset 74.000 mitra usaha karena melakukan promosi berupa program Hari Kuliner Nasional (Harkulnas) yang diselenggarakan oleh GoFood yang berlangsung pada 1 April hingga 5 Mei 2020 lalu (Puranto, 2020). Promosi sangat penting dilakukan agar produk atau jasa yang dipasarkan dapat dikenali masyarakat dan untuk menarik konsumen baru.

Selain promosi, harga produk atau jasa akan menentukan apakah konsumen akan membeli atau tidak produk atau jasa yang tersedia. Seperti yang diketahui harga makanan atau minuman yang tersedia di GoFood berbeda dengan harga di restoran atau tempat makannya langsung, begitupun dengan pesaingnya salah satunya GrabFood. Harga menu kuliner yang berada di GoFood atau pesaingnya GrabFood memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan harga jika

konsumen membeli langsung ke restoran atau tempat makannya. Hal ini dikarenakan GoJek dan Grab melakukan sistem bagi hasil dari setiap transaksi di aplikasi pesan antar makanan yang mereka kembangkan. Besaran bagi hasilnya antara 20-25 persen dari transaksi, hal ini membuat kebanyakan *merchant* atau mitra GoFood atau GrabFood kemudian menaikkan harga produknya di aplikasi. Aria dalam laman *Kumparan.com* (2018).



Sumber : Katadata 2019

Gambar 2. Rata - rata Persepsi Terkait Brand Layanan Pesan Antar Makanan *Online* Tahun 2019.

Pernyataan dari Garick Kea selaku *Executive Director of Consumer Insightt Nielsen* perihal pengguna aplikasi layanan *online* pengantaran makanan dengan total 84% menyebut GoFood yang lebih dalam memberi layanan. Riset ini dilakukan terhadap 1.000 responden yang berada di beberapa wilayah di Indonesia yaitu Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Surabaya Balikpapan, Medan, Makassar. Responden yang disurvei berupa laki-laki dan perempuan, berusia 18-45 tahun. (Yunianto, 2019). GoFood memiliki berbagai macam promo yang menarik seperti promo minimal pembelian seratus ribu rupiah lalu mendapat potongan harga atau mendapatkan *cashback* setengah harga. Untuk harga GoFood masih cukup terjangkau dengan kepraktisan dan kualitas layanan yang diberikan, konsumen tidak perlu jalan keluar rumah untuk membeli makanan. Konsumen

memiliki keputusan untuk menggunakan atau tidak layanan jasa berbasis aplikasi tersebut.

Selain promosi dan harga, kualitas pelayanan yang baik harus diperhatikan bagi pelaku bisnis, dapat dilihat pada gambar 2, GoFood mendapatkan poin tertinggi dibandingkan dengan pesaingnya dalam hal keandalan dan terpercaya. Dari hal ini dapat menunjukkan bahwa baiknya tingkat kualitas pelayanan menjadikan konsumen lebih loyal juga senantiasa menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kandoli (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa promosi memengaruhi keputusan pembelian dengan signifikan. Sama halnya dengan Fajrin dkk, (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh pada keputusan pembelian secara signifikan.

Selanjutnya melalui hasil dari penelitian Fajrin dkk, (2020) mengatakan harga memengaruhi dengan signifikan atas keputusan pembelian. Sedangkan menurut Aryani (2016) mengatakan jika harga tidak berpengaruh signifikan atas keputusan pembelian.

Selanjutnya yang terakhir penelitian yang dilakukan Aryani (2016), dalam menyebutkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas layanan secara signifikan. Selaras bersama Firdausy dan Idawati (2017) menghasilkan kualitas layanan memengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena dan dari penelitian sebelumnya yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur GoFood**”.

I.1.1. Fokus Penelitian

Tujuan yang berfokus untuk mencari pengetahuan dan menganalisis keputusan pembelian melalui aplikasi Gojek fitur GoFood di daerah Jakarta Selatan untuk pengguna aplikasi Gojek fitur GoFood dari tahun 2018 sampai 2020.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui GoFood?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui GoFood?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui GoFood?

I.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan membuktikan adanya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian melalui GoFood.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian melalui GoFood.
3. Untuk mengetahui dan membuktikan adanya pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian melalui GoFood.

I.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk segala pihak, diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi bertambahnya ilmu teoritis atau pengetahuan yang dapat digunakan sebagai acuan pembelajaran di bidang Manajemen Pemasaran, khususnya mengenai seberapa besarnya pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian melalui GoFood.

2. Manfaat Praktis

Pemanfaatan ini diharapkan dapat dirasakan oleh berbagai pihak, di antaranya:

- a. Bagi Peneliti Sendiri

Sebagai penerapan ilmu yang berguna untuk peneliti sendiri, berguna sebagai penambah pengetahuan serta wawasan lewat pemahan lebih

lanjut perihal Analisa Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur Gofood.

b. Bagi Pembaca

Dengan harapan mampu menjadi penambah wawasan serta ilmu dalam upaya mengembangkan terkait dengan variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini. Pembaca dapat mempelajari sebuah penelitian khususnya mengenai Analisis Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur Gofood.

c. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian yang telah dibuat besar harapan bermanfaat guna referensi/tanggapan positif untuk perusahaan. Menjadikan hasil penelitian ini bahan penimbang untuk perusahaan mengenai Analisis Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur GoFood.