

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi, teknologi informasi dan transportasi berkembang dengan cepat sehingga dapat mempermudah aktifitas manusia. Perkembangan teknologi ditandai dengan munculnya jaringan internet dan berbagai alat komunikasi seperti *smartphone*. Orang dapat sangat mudah memperoleh berbagai informasi dengan cepat melalui internet dan alat komunikasi. Bersamaan dengan tumbuhnya teknologi saat ini tampak aplikasi yang mengenalkan layanan transportasi berbasis *online*. Aplikasi ini mempunyai fungsi yang begitu besar guna kehidupan manusia. Masyarakat juga dimudahkan dengan perkembangan teknologi dibidang transportasi saat ini.

Seiring dengan berjalannya waktu, transportasi dijadikan salah satu bisnis dibidang jasa. Munculnya bisnis jasa layanan transportasi *online* yang menggunakan aplikasi pada *smartphone* berpengaruh dalam meningkatnya kebutuhan yang cepat dan mudah. Penyedia layanan jasa memiliki cara pemesanan aplikasi *online* pada *smartphone*. Aplikasi jasa transportasi *online* banyak menyediakan berbagai layanan, dan macam – macam harga, maupun memberikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi kepada para pelanggan untuk mempengaruhi keputusan pembelian para konsumennya. Keputusan Pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar – benar akan membeli.

Konsumen memiliki sasaran atau perilaku yang ingin dicapai dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan pembelian ialah tindakan untuk memutuskan

melakukan pembelian pada barang atau jasa yang diminati. Konsumen selalu mempertimbangkan kualitas pelayanan, harga, dan kemudahan yang sudah dikenal oleh masyarakat. Penyedia layanan transportasi *online* memiliki persamaan dalam pemesanan yaitu melalui aplikasi masing – masing jasa yang ada di *smartphone* tetapi kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh masing – masing jasa transportasi *online* tersebut berbeda.

Kualitas pelayanan merupakan upaya mencukupi keperluan serta hasrat klien juga ketepatan penyampaian saat menyempurnakan impian konsumen. Menurut (Musdalifah & Noor, 2019) Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2019:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan akan memiliki peran penting dalam keputusan pembelian jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

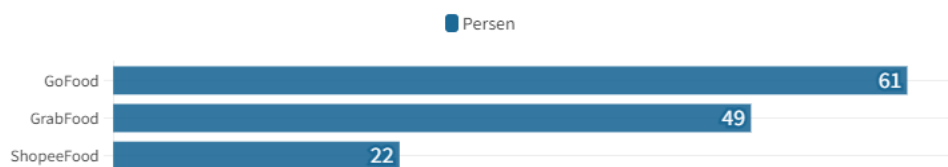
Masyarakat banyak yang memilih untuk menggunakan layanan pemesanan makanan lewat aplikasi transportasi *online* dengan kualitas pelayanan yang baik. Pelayanan yang dilakukan oleh *driver* ojek *online* yang menyediakan layanan jasa pemesanan makanan menjadi salah satu pengaruh pelanggan dalam memutuskan untuk membeli. Selain kualitas pelayanan, Harga diharapkan dapat membuat calon konsumen menggunakan suatu produk dan meninggalkan produk pesaing yang sejenis. Menurut Nurdiansyah (2017) harga (*price*) adalah isyarat yang digunakan pelanggan dalam proses persepsi, dimana harga bisa mempengaruhi

penilaian pelanggan tentang suatu produk yang akan dibeli. Selain itu penentuan harga menjadi peran penting karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Harga akan menjadi peran penting dalam pengambilan keputusan jika suatu harga telah dianggap berada di bawah nilai produk atau jasa. Ketika konsumen membeli suatu produk atau jasa, mereka menukar suatu nilai harga untuk mendapatkan suatu nilai lainnya.

Masyarakat juga dapat memilih metode pembayaran yang ingin digunakan, karena biasanya aplikasi transportasi *online* menyediakan metode pembayaran tunai ataupun menggunakan pembayaran dengan uang elektronik. Layanan transportasi *online* pada *smartphone* saat ini sudah jauh berkembang karena tidak hanya menyediakan layanan transportasi *online* seperti ojek *online* saja. Kemudahan dalam pemesanan, efisiensi waktu dan biaya menjadi kelebihan tersendiri bagi penyedia layanan jasa secara *online*. Selain harga, Hal lain yang diperhatikan konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian menggunakan layanan jasa yang menggunakan aplikasi adalah kemudahan dalam penggunaan aplikasi. Kemudahan diharapkan dapat membuat pelanggan tidak berpindah pada layanan transportasi *online* yang lain. Untuk meningkatkan penjualan dengan segala keunggulannya tersebut maka perusahaan perlu memperhatikan tingkat kemudahan yang diberikan untuk konsumen dalam mengakses aplikasi.

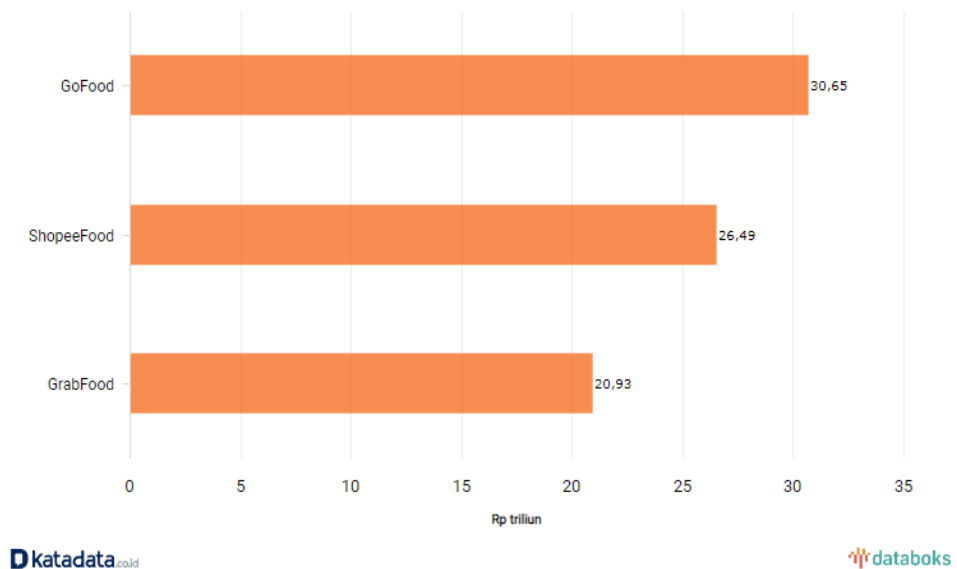
Menurut (Rahman, 2017) Kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Pembelian secara *online* yang mudah untuk didapatkan cenderung banyak diminati oleh konsumen. Kemudahan akan menjadi peran penting dalam pengambilan keputusan jika konsumen merasakan kemudahan dalam melakukan

pembelian suatu produk. Salah satu layanan aplikasi yang sedang banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia yaitu aplikasi Go-Jek. PT.Go-Jek didirikan pada tahun 2009 oleh Nadim Makarim dan Michaelangelo Moran. PT. Gojek Indonesia merupakan sebuah perusahaan swasta penyedia jasa berbasis teknologi yang bermitra dengan pengendara ojek di beberapa kota di Indonesia, diantaranya Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Bali, Surabaya dan Medan. PT.Go-Jek selanjutnya meluncurkan layanan makanan *online* yang bernama Go-Food pada April 2015.



Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi Pesan Antar Makanan  
Sumber : <https://data.tempo.co>

Berdasarkan Gambar 1.1 Menurut hasil riset Foodizz dan Deka Insight tahun 2021 GoFood memuncaki daftar layanan pesan antar makanan paling banyak digunakan di Indonesia dengan 61% responden. Kemudian yang pengguna GrabFood ada sebanyak 49 persen, dan ShopeeFood sebesar 22 persen. Masyarakat saat ini banyak yang memilih untuk menggunakan layanan pemesanan makanan lewat aplikasi transportasi *online* agar lebih mudah memesan makanan tanpa harus keluar rumah dan tidak harus mengantri untuk mendapatkan pesanan yang diinginkan, karena semua itu akan dilakukan oleh *driver* ojek *online* yang menyediakan layanan jasa pemesanan makanan. Masyarakat juga dapat memilih metode pembayaran yang ingin digunakan, karena biasanya aplikasi transportasi *online* menyediakan metode pembayaran tunai ataupun menggunakan pembayaran dengan uang elektronik.



Gambar 1.2 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia  
 Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan Gambar 1.2 Hasil riset Tenggara Strategics tahun 2022 menunjukkan GoFood menjadi layanan pesan antar makanan daring dengan nilai transaksi terbesar di Indonesia. Menurut perhitungan Tenggara Strategics GoFood memiliki nilai transaksi sebesar Rp30,65 triliun, nilai transaksi ini mengungguli ShopeeFood dan GrabFood. Nilai transaksi yang dimiliki ShopeeFood sudah di atas GrabFood. Berdasarkan perhitungan, nilai transaksi ShopeeFood mencapai Rp26,49 triliun. Sedangkan GrabFood berada di peringkat ketiga dengan nilai transaksi sebesar Rp20,93 triliun. Aplikasi makanan *onlinet* telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseharian masyarakat. Konsumen menggunakan layanan aplikasi makanan *online* untuk mendukung produktivitas Masyarakat tetap meminati layanan aplikasi makanan *online* karena pelayanan, harga, dan kemudahan yang ditawarkan.

Menurut Erlangga, dkk (2021) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Baihaky, dkk (2022) mengatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari kedua peneliti tersebut terdapat kesenjangan, maka peneliti tertarik adanya penelitian lanjutan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Walukow, dkk (2014) mengatakan bahwa harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fure, dkk (2015) mengatakan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari kedua peneliti tersebut terdapat kesenjangan, maka peneliti tertarik adanya penelitian lanjutan tentang Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Sandora (2020) mengatakan bahwa kemudahan secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pradwita, dkk (2020) menjelaskan bahwa kemudahan secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari kedua peneliti tersebut terdapat kesenjangan, maka peneliti tertarik adanya penelitian lanjutan tentang Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Gofood”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada layanan GoFood di Universitas Muhammadiyah Gresik?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada layanan GoFood di Universitas Muhammadiyah Gresik?
3. Apakah Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada layanan GoFood di Universitas Muhammadiyah Gresik?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada layanan GoFood di Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pada layanan GoFood di Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kemudahan terhadap keputusan pembelian pada layanan GoFood di Universitas Muhammadiyah Gresik.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat baik sebagai berikut :

1. Sebagai informasi untuk mengetahui beberapa faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggannya dalam suatu produk dan jasa .
2. Sebagai bahan yang dapat memperluas pengetahuan sekaligus mengimplementasikan teori – teori yang telah didapat diperguruan tinggi dan mengetahui tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan GoFood”.
3. Sebagai tambahan literatur pustaka di Universitas Muhammadiyah Gresik yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk studi banding bagi mahasiswa dalam mengambil penelitian mengenai permasalahan yang sama.