

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kita telah memasuki era dimana semuanya telah berbasis teknologi. Kemajuan teknologi mempunyai peran yang penting di dalam kehidupan, yaitu karena memiliki banyak manfaat yang bisa dirasakan seperti membantu memperbaiki ekonomi Rifaldi (2016) Internet sangat dibutuhkan ditengah-tengah pertumbuhan penduduk yang begitu pesat. Dengan adanya jaringan internet memudahkan komunikasi, pendidikan, transportasi dll. Transportasi merupakan bidang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia khususnya Mahasiswa, mengingat kebutuhan mahasiswa akan adanya transportasi sangat tinggi. Saat ini bidang transportasi di Indonesia sedang di gemparkan dengan munculnya transportasi berbasis aplikasi atau biasa disebut dengan transportasi online. Transportasi online adalah transportasi yang memanfaatkan aplikasi sebagai media pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan transportasi.

Seiring berjalannya waktu, transportasi kemudian dijadikan salah satu bisnis dalam sektor jasa yaitu munculnya bisnis jasa layanan transportasi online yang menggunakan aplikasi. Pada awal kemunculan transportasi online tersebut menuai pro dan kontra karena transportasi konvensional kalah bersaing dengan transportasi online. Saat ini sudah banyak penyedia jasa layanan transportasi online seperti, Gojek, Grab, dan Maxim. Semua penyedia jasa layanan transportasi online tersebut

memiliki cara pemesanan yang sama yaitu melalui aplikasi online di Smartphone tetapi harga yang ditawarkan masing masing penyedia jasa layanan transportasi online berbeda. Gojek merupakan salah satu jasa penyedia transportasi online yang mampu mempertahankan pasarnya pada kondisi persaingan transportasi online yang semakin ketat. Gojek memiliki fitur pelayanan yang menarik dan lengkap untuk membantu memudahkan suatu pekerjaan. Dalam pelayanan fitur yang tersedia di gojek ada salah satu pelayanan dijasa antar makanan secara online yaitu diberi nama go food. Selain Gojek, Maxim, Shopee, juga menyediakan fitur pesan antar makanan melalui aplikasi online seperti Grabfood dan Shopeefood.

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi yang dikelola oleh PT Karya Anak Bangsa dan didirikan oleh Nadiem Makarim. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa ini resmi diluncurkan pada tanggal 13 Oktober 2010, gojek hadir ditengah-tengah masyarakat untuk mengatasi kemacetan yang terjadi di kota besar yang padat penduduk. Pada awal berdirinya Gojek memiliki 20 driver dan hanya dapat di pesan melalui *call center*; Januari 2015 Gojek Indonesia meluncurkan aplikasi yang bisa diinstall di *smartphone*. Program ini ternyata disambut positif oleh masyarakat. Selain lebih mudah memesan Gojek, pelanggan juga bisa dimanjakan dengan tarif yang murah. Berkat aplikasi inilah Gojek semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Tabel 1.1
Data Tingkat Pelayanan

| Nama | GoFood | GrabFood | ShpeeFood |
|------------|--------|----------|-----------|
| Kenyamanan | 5,09 | 4,97 | 4,97 |
| Keragaman | 5,18 | 5,06 | 4,86 |
| Keamanan | 5,23 | 5,15 | 5,19 |

Sumber: Databoks.katadata.co.id,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai tertinggi yang diperoleh dari bentuk kenyamanan GoFood yaitu 5,09%. Masing – masing dari GrabFood dan ShopeeFood mendapatakan nilai 4,97%. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mendapatkan dan menarik pelanggan kembali kualitas pelayanan sangatlah penting, Dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan akan loyal. Dan keputusan pembelian merupakan suatu tahapan yang mana konsumen mengetahui masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan menganalisa seberapa baik setiap alternatif tersebut dapat menemukan masalahnya yang kemudian tertuju kepada keputusan pembelian”. Keputusan pembelian memiliki beberapa indikator, menurut Kotler & Keller (2016) yakni sebagai berikut : Pilihan produk, pilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran. Tjiptono (2017).

Kualitas pelayanan dan harga adalah bagian dari strategi bauran pemasaran yang mempunyai peran sangat penting dan mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tahapan yang dilalui konsumen dalam menentukan pilihan tentang produk dan jasa yang akan dikonsumsi atau tidak. Harga dianggap sebagai sesuatu yang sangat penting yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Harga adalah indikator konsumen dalam memilih jasa yang akan digunakan, karena harga yang ditawarkan ke konsumen haruslah sesuai dan memadai dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa. Harga menjadi salah satu bagian terpenting, dengan mendorong layanan yang sepadan dengan harga yang dikeluarkan pelanggan (*value for money*).

Harga merupakan jumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat yang terkait dengan perolehan atau pengguna produk atau layanan tersebut (Kotler & Armstrong, 2018). Terdapat beberapa indikator menurut Kotler & Armstrong (2015) yang digunakan untuk kegiatan utama harga yaitu: kesesuaian harga produk dengan kualitas produk, daftar harga, potongan harga khusus, harga yang dipersepsikan. Saat melakukan pembelian, konsumen juga mempertimbangkan harga selain kualitas pelayanan. Menurut Achidah (2016), “Harga juga dapat dikatakan sebagai sejumlah uang yang dapat ditukarkan dengan jasa atau manfaat yang diberikan dari suatu barang.” Biaya administrasi Gofood memiliki perbedaan yang sedikit lebih tinggi dari biaya dealer yang bekerja sama, hal ini diharapkan pada keuntungan 20% (persen) yang

membebankan biaya kepada Gojek dan ditambah dengan biaya transportasi untuk Gojek administrasi, membuat biaya Gofood lebih mahal. Menurut Dewa Gede (2018), harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, menarik untuk menyelidiki dampak harga Gofood yang biasanya sedikit lebih mahal dari harga beli langsung.

Menurut Firmansyah (2018) keputusan pembelian merupakan sebuah proses konsumen dalam pembelian suatu produk untuk memenuhi kebutuhan. Proses tersebut biasa disebut dengan proses pemecahan masalah. Pemasar perlu memahami perilaku konsumen pada tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahapan tersebut. Firmansyah (2018) menjelaskan perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang karena keinginan mempengaruhi atau dapat mengubah perilaku, termasuk yang kepentingan utamanya adalah pemasaran. Sehingga proses pembelian lebih menjadi perhatian untuk para pemasar ketimbang proses konsumsi. Fenomena yang terjadi pada saat sekarang ini membuat perubahan pola perilaku dan kebiasaan masyarakat. Bisnis pesan antar makanan mengalami peningkatan yang sangat pesat. Dengan adanya fitur Gofood, konsumen lebih memilih untuk makan dirumah dan beralih ke layanan pesan antar makanan, baik itu melalui aplikasi seperti Go food, Grab food maupun Shoopefood.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka penting untuk mengetahui seberapa besar “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Fitur Go Food di Aplikasi Gojek”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka dalam penelitian ini penulis merumuskan pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada fitur GoFood di aplikasi Gojek?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada fitur GoFood di aplikasi Gojek?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada fitur GoFood di aplikasi Gojek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan fitur GoFood di aplikasi Gojek pada Mahasiswa Universitas Dharma Andalas.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan fitur GoFood di aplikasi Gojek pada Mahasiswa Universitas Dharma Andalas.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan fitur GoFood di aplikasi Gojek pada mahasiswa Universitas Dharma Andalas.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan bagi penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi/acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian dibidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan proses belajar dalam menganalisis permasalahan dan sarana untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan peneliti khususnya mengenai perilaku mahasiswa menggunakan fitur GoFood di aplikasi Gojek.

b. Bagi pihak Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian konsumen.

c. Bagi Akademik

Bagi pihak akademik diharapkan penelitian ini dapat menambah kepastakaan dan dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

d. Bagi konsumen

Diharapkan penelitian ini dapat membantu memberikan informasi baru mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada fitur GoFood di aplikasi Gojek.