

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan komponen yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, mengingat kebutuhan masyarakat Indonesia akan adanya transportasi yang tinggi. Dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini telah muncul transportasi berbasis aplikasi *online* yang memberikan dampak besar pada masyarakat. Serta memudahkan masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan transportasi (Afrilia Sri Lumongga, 2018).

Perusahaan Gojek didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim. Seiring berjalannya waktu gojek semakin berkembang yang awalnya hanya berupa layanan jasa antar penumpang (*Go-Ride*) sekarang terdapat fitur *Go-Send* (jasa antar barang), *Go-Food* (jasa pemesanan dan pengiriman makanan), *Go-Mart* (jasa pembelian barang yang dibutuhkan konsumen), *Go-Box* (jasa pemesanan mobil pick-up), *Go-Clean* (jasa pembersihan rumah), *Go-Glam* (jasa kecantikan), dan *Go-Massage* (jasa pijatan) (Sawitri, 2015).

Gojek terus mengembangkan bisnis dan layanannya dengan menghadirkan fitur - fitur baru. Setelah sukses menghadirkan gojek sebagai aplikasi jasa transportasi Jabodetabek, Bandung dan Surabaya, gojek kembali melebarkan sayap bisnisnya. Pada tahun 2015 gojek meluncurkan inovasi baru, yaitu jasa pesan - antar makanan (*Go-Food*). Kini *Go-Food* memiliki 100 ribu

merchant di 50 kota. Dari 100 ribu merchat itu 20% di antaranya tempat yang banyak di pesan merupakan *franchise* makanan (Lumongga,2018).

Konsumen adalah satu – satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas pelayanan. Konsumen menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima (*perception*) dengan pelayanan yang mereka harapkan (*expecttaction*) (Shasa Berlian A ,2020). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Konsumen menilai pelayanan dengan cara melakukan perbandingan pelayanan setiap kali usai melakukan pembelian, (Wyckof dalam Algifari, 2016).

Harga meerupakan suatu nilai produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Harga adalah jumlah yang harus diarsipkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jassa tersebut (Kotler dan Armstrong 2014). Yulisetiarini Diah (2013), mengungkapkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa harga sama dengan apa yang diharapkan konsumen. Harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan merupakan alat yang sangat penting.

Keputusan pembelian merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh para pelaku bisnis, yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian dievaluasi hingga sampai dititik memutuskan produk mana yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhannya (Tjiptono, 2013).

Hal ini juga menjadi perhatian penting bagi Perusahaan Gojek untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang menjadi standar dalam menjalankan jasanya. Adapun penilaian kualitas pelayanan yang juga konsisten diperbaiki dari driver Gojek yaitu dengan memberikan bintang dan saran usai transaksi dilaksanakan harapannya agar sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen serta menjadi evaluasi bagi driver agar lebih meningkatkan kinerjanya dalam melayani konsumen *Go-Food* dan dapat dipergunakan perusahaan Gojek dalam pengendalian dan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan.

Gojek juga berusaha menjangkau masyarakat banyak melalui promosi yang gencar dilakukan, sebagai contoh melalui iklan diberbagai media sosial, ataupun kode promosi pada aplikasi Gojek yang berupa potongan harga, gratis ongkos kirim pada layanan *Go-Food* itu sendiri. Sehingga membuat para konsumen tertarik untuk menggunakan aplikasi *Go-Food* secara berkala, (Hafidh Okta W,dkk, 2021). Promosi adalah aktivitas membujuk pelanggan sasaran pembeliannya dengan mengkomunikasikan keunggulan produk yang ditawarkan sehingga menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, Kotler dan Keller (2016).

Promosi akan sangat berpengaruh dalam keberhasilan suatu perusahaan disamping kualitas

produk/jasa dan harga yang ditawarkan. Promosi merupakan sarana bagi perusahaan, berupa suatu kegiatan dengan tujuan menciptakan komunikasi yang terarah antara produsen dan konsumen adalah usaha yang dilakukan oleh *marketer*. Promosi sendiri adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. (Abdul, 2016)

Layanan *Go-food* dibuat untuk mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan untuk memesan makanan/minuman tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan tersebut. Selain itu, banyak mahasiswa/i serta pekerja yang menghabiskan waktu dalam menjalankan aktivitasnya sehingga akan lebih menguntungkan, karena waktu yang digunakan untuk perjalanan membeli makanan bisa digunakan untuk aktivitas yang lain. Selain dari faktor di atas fasilitas yang ditawarkan gojek membuat konsumen terpengaruh untuk mengunduh dan menggunakan aplikasi gojek fitur *Go-food*.

Adanya fitur *Go-Food* mampu memberikan kesempatan bagi para mahasiswa/i untuk melakukan transaksi dengan cepat, mudah serta dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Mahasiswa/i juga tidak perlu membuang waktu dan tenaganya dengan mendatangi atau mengantri pada penjual untuk membeli makanan. Hal ini tentu memberikan manfaat tersendiri bagi mahasiswa/i yang menggunakan fitur *Go-Food* dalam aplikasi Gojek.

Pada umumnya Mahasiswa/i akan merasa diuntungkan dengan pembelian makanan melalui aplikasi Gojek, mulai dari waktu yang lebih efisien, dan cara

pembayaran yang dapat dilakukan dengan dua tipe yaitu pembayaran tunai (cash) dan non-tunai melalui layanan Go-Pay pada aplikasi Gojek. Pada layanan Go-Pay Mahasiswa/i akan mendapatkan diskon atau potongan harga untuk transaksi yang dilakukannya. Mahasiswa juga diuntungkan dengan adanya promosi - promosi yang tersedia di *Go-Food*, harga yang ditawarkan dengan membeli secara langsung dan melalui aplikasi Go-food yang tidak memiliki perbedaan/ tetap sama dengan harga aslinya dan pelayanan yang dilakukan oleh driver untuk membeli hingga mengirimkan makanan dengan keadaan yang baik.

Selain mendapatkan keuntungan yang cukup banyak, mahasiswa/i juga dapat terhindar dari resiko - resiko yang tidak terduga seperti kecelakaan lalu lintas, kemacetan saat dalam perjalanan, perubahan cuaca yang awalnya panas menjadi hujan, belum lagi waktu yang diperlukan untuk sampai ke tujuan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh aplikasi Gojek juga sangat mudah dan membantu mahasiswa/i untuk mempermudah mereka dalam melakukan aktivitas lain. Karena hanya dengan men-download aplikasi Gojek Mahasiswa/i dapat membeli berbagai macam jenis makanan, serta dengan jarak tempat yang jauh sekalipun. Harga yang ditawarkan oleh aplikasi Gojek ini untuk melakukan transaksi juga sesuai dengan jarak yang akan ditempuh driver untuk memesan makanan. Jadi harga yang didapatkan mahasiswa/i saat melakukan transaksi akan otomatis diatur oleh aplikasi Gojek, sehingga driver tidak dapat melakukan manipulasi harga terhadap transaksi yang dilakukan oleh mahasiswa/i.

Untuk meminimalisir konsumen yang merasa tidak puas atas pelayanan driver. Gojek juga menyiapkan fitur pemberian rating bintang dan keleluasaan konsumen untuk memberikan saran dan masukan secara positif kepada driver. Karena tidak menutup kemungkinan mahasiswa/i juga pernah mendapatkan driver dengan pelayanan yang tidak memuaskan.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DALAM APLIKASI GOJEK FITUR GO-FOOD PADA MAHASISWA MANAJEMEN ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang dijelaskan pada latar belakang bahwa Mahasiswa/i prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya menggunakan fitur Go-Food yang berada pada aplikasi Gojek untuk melakukan pemesanan makanan/ minuman. Maka dapat ditarik suatu perumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

- 1 Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan persial terhadap keputusan pembelian Go-Food pada Mahasiswa/i prodi Manajemen Angkatan 2018 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?
- 2 Apakah Promosi berpengaruh signifikan dan persial terhadap keputusan pembelian Go-Food pada Mahasiswa/i prodi Manajemen Angkatan 2018 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?

- 3 Apakah Harga berpengaruh signifikan dan persial terhadap keputusan pembelian Go-Food pada Mahasiswa/i prodi Manajemen Angkatan 2018 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?
- 4 Apakah Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga berpengaruh signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian Go-Food pada Mahasiswa/i prodi Manajemen Angkatan 2018 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini agar dapat memecahkan masalah yang telah dirumuskan yaitu :

- 1 Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Go-Food pada Mahasiswa/i prodi Manajemen Angkatan 2018 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- 2 Untuk mengetahui pengaruh Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Go-Food pada Mahasiswa/i prodi Manajemen Angkatan 2018 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- 3 Untuk mengetahui pengaruh Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Go-Food pada Mahasiswa/i prodi Manajemen Angkatan 2018 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- 4 Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Go-Food pada Mahasiswa/i prodi Manajemen Angkatan 2018 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

4.1 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pengembangan ilmu manajemen pemasaran dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan, promosi, dan harga.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Prodi Manajemen

Mahasiswa/i prodi Manajemen mendapatkan sebuah pengalaman dan pengetahuan baru yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, promosi dan harga. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan untuk referensi bagi mahasiswa/i yang ingin mengangkat penelitian dengan konsep yang sama.

b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Menjadi universitas yang mampu mencetak calon – calon sarjana yang sesuai dengan bidangnya, dan sebagai referensi dalam memperdalam ilmu pengetahuan di bidang pemasaran yang diperoleh selama perkuliahan oleh peneliti, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, promosi, dan harga.

c. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini peneliti dapat mengetahui kenyataan – kenyataan yang terjadi dan menganalisis sebuah permasalahan yang muncul, serta mencoba memberikan sebuah pemecahan alternatif mengenai masalah pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan

pembelian. Selain itu, peneliti juga mendapatkan tambahan pengetahuan dan wawasan baru sesuai dengan teori - teori yang didapatkan pada saat perkuliahan.

d. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini masyarakat dapat mengetahui manfaat dan keunggulan menggunakan fitur Go-Food dalam aplikasi Gojek.

(Halaman Sengaja Dikosongi)