



BAB I

PENDAHULUAN

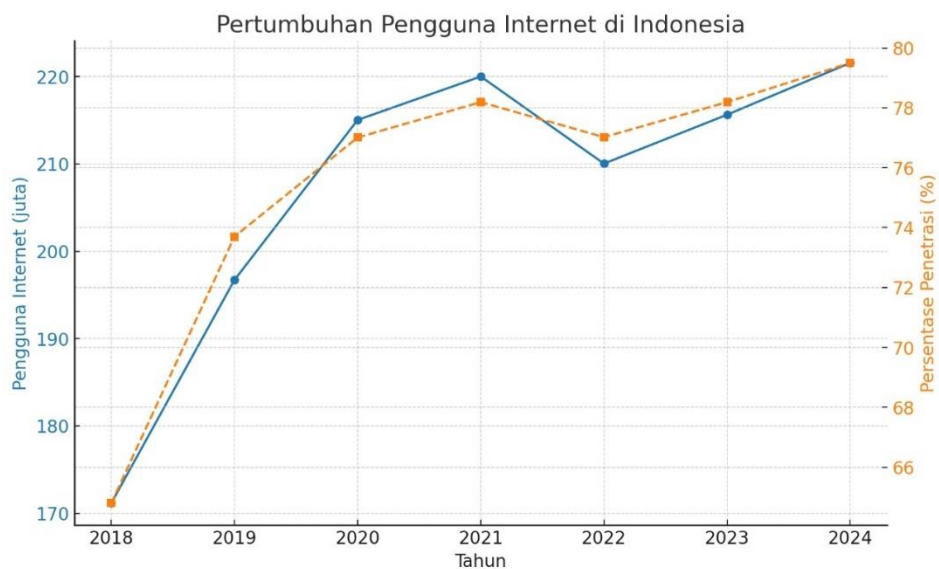
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan Industri dan teknologi berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Internet sebagai salah satu wujud kemajuan teknologi, memiliki peran yang sangat signifikan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Perkembangan teknologi saat ini sangat berkembang dan maju. Seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, peneliti mempertimbangkan penggunaan teknologi ini. Dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi, kebutuhan masyarakat terhadap jasa transportasi juga semakin meningkat.

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2018 – 2024



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Kemajuan teknologi yang begitu cepat telah menciptakan berbagai inovasi-inovasi baru yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan memudahkan segala

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



aktivitas masyarakat terutama dalam hal jual beli. Perkembangan ini telah mengubah pola jual beli tradisional di mana sebagian besar jual beli saat ini dilakukan secara *online* melalui aplikasi penyedia jasa jual beli *online*. Salah satu Aplikasi pesan-antar makanan yang paling populer dan banyak digunakan ialah Gojek

Pesatnya Industri Makanan *Online* mendorong peneliti melakukan penelitian lebih lanjut tentang adanya kompetensi yang ketat antar kompetitor, Industri ini sedang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Gofood adalah salah satu pemain utama dalam memiliki pangsa pasar yang signifikan. Ketersediaan data hingga penelitian terdahulu mengenai kualitas layanan Gofood yang mudah diakses, baik melalui survei maupun data internal perusahaan.

Gofood merupakan Layanan pesan-antar dari gojek yang memudahkan masyarakat untuk memesan makanan melalui aplikasi Gojek tanpa perlu datang langsung ke restoran ataupun ke *merchant* tentunya layanan ini dapat membantu masyarakat dalam memenuhi konsumsi atau kebutuhan mereka sehari-hari. Selain membantu masyarakat yang mengkomsumsi, Gofood juga membantu untuk para pedagang dimana hampir setiap hari selalu ada transaksi melalui Layanan Gofood.

Catherine Hindra Sutjahyo, Chief Food Officer Gojek Group, menyatakan “Kami tetap memimpin pasar layanan food-delivery dengan menguasai sekitar 70-75% pangsa pasar di Indonesia (Gojek, 2024). Dominasi ini didukung jaringan *merchant* yang luas dan integrasi dengan layanan gojek lainnya seperti GoPay

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

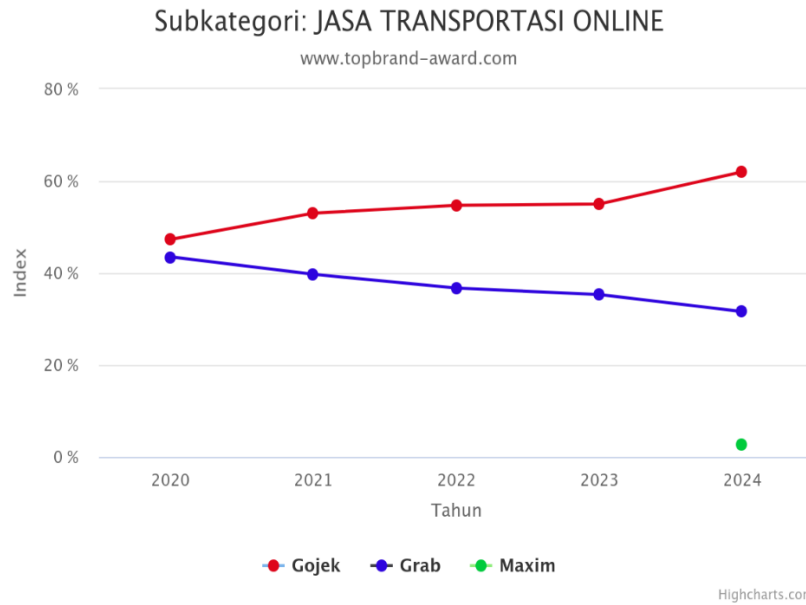
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.2 Topbrand-award.com- Hasil Komparasi Merek 2020 – 2024



Sumber:Topbrand-award.com

Pada awalnya Gojek adalah perusahaan yang menyediakan jasa transportasi berupa Ojek. Namun dengan seiring waktu Gojek terus berinovasi dan memperluas layanannya, termasuk menghadirkan Gofood, sebuah layanan yang memungkinkan konsumen memesan dan menerima makanan dengan mudah. Fenomena pesan-antar makanan seperti ini semakin populer. Untuk *Brand* platform *online* tertinggi adalah Gojek, diikuti oleh *Grab* dan terakhir oleh *Maxim*. Dengan adanya *Topbrand-award.com*, Gojek memiliki citra merek yang baik dimata masyarakat dan merek tersebut akan selalu diingat terus menerus. Oleh karena itu, ketika masyarakat ingin menggunakan platform merek yang bersangkutan maka masyarakat berkemungkinan besar akan menggunakan platform gojek.

Selain Citra merek yang diperhatikan, Gofood juga mempunyai aspek yang sangat diperhatikan yaitu *User Interface*. *User Interface* salah satu aspek yang penting karena berperan sebagai penghubung bagi pengguna dan sistem computer.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

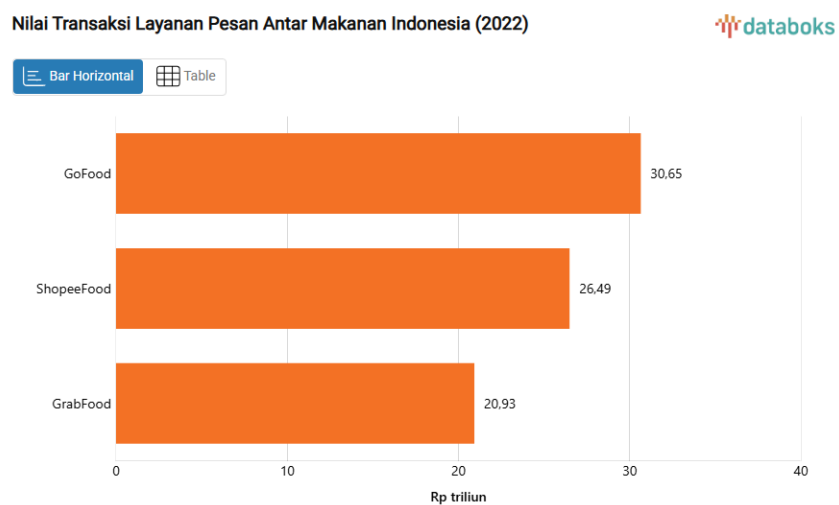
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan adanya *User Interface* yang mudah digunakan membuat pengguna tertarik ditambah dengan aspek nyaman dan informasi yang menarik membuat pengguna semakin memilih jasa layanan ini. *User Interface* menampilkan Informasi untuk pengguna dengan desain yang simple dan sederhana, salah satunya dalam desain tataletak, desain warna, desain logo dan lainnya.

Seiring berjalannya waktu, Gofood terus berkembang dan memperbanyak inovasi inovasi gofood, Gofood Pick-Up yaitu fitur penjemputan yang dimana konsumen bisa melakukan pemesanan terlebih dahulu melalui aplikasi gojek, Gofood Plus merupakan fitur paket langganan yang menawarkan diskon pengiriman tambahan kepada konsumen pada setiap transaksi, Gofood Mode Hemat adalah pilihan pengantaran makanan yang lebih ekonomis untuk pengiriman cakupan pendek dan layanan ini hanya tersedia di daerah-daerah tertentu saja, Gofood Express merupakan fitur pilihan pengantaran tercepat yang dimana konsumen akan mendapatkan pesanan mereka lebih cepat dengan biaya tambahan yang sudah ditentukan.

Gambar 1.3 Tren Transaksi Layanan Pesan-Antar



Sumber: Databoks, katadata.co.id, Juni 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

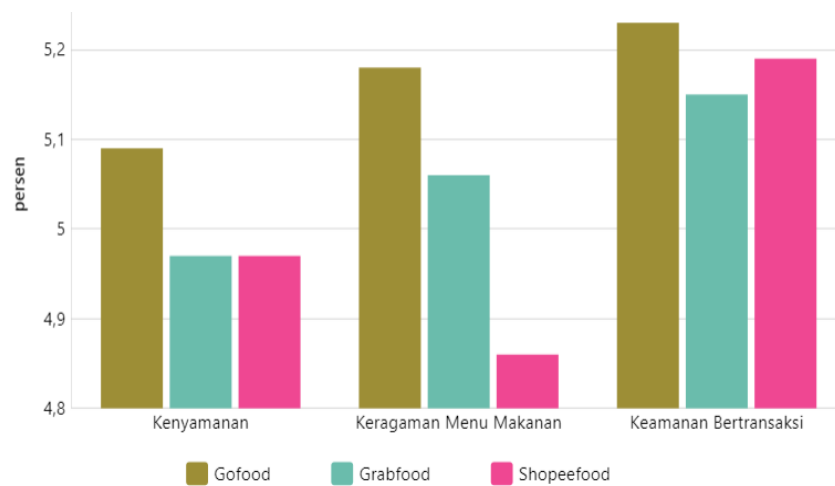
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut data diatas, nilai transaksi layanan pesan-antar makanan did

Indonesia diberbagai platform menunjukkan bahwa Gofood merupakan layanan pesan-antar makanan online dengan nilai transaksi tertinggi terbesar dengan angka Rp.30,65 Triliun yang mengungguli pesaing pesaingnya seperti ShoppeFood dan Grabfood. Ini menunjukkan bahwa GoFood mendominasi dalam pasar layanan pesan antar makanan serta menjadi *top of mind* dibenak konsumen. Dengan adanya *Top of Mind* ini menunjukkan Tingkat keterkenalan dan kepercayaan yang sangat tinggi terhadap platform ini.

Gambar 1.4 Tingkat keunggulan layanan platform pesan-antar makanan



Sumber: (Databoks.Katadata.co.id, Januari 2022)

Gofood adalah layanan pesan-antar yang menghubungkan antara masyarakat dan merchant langsung dengan menawarkan makanan bahkan bahan makanan tanpa harus datang ketempatnya serta mengecek harga minuman atau makanan sebelum melakukan pemesanan, Gofood merupakan Layanan platfrom pesan-antar yang paling unggul berdasarkan hasil survei pada Januari 2022. Hal ini menunjukkan mengenai kualitas dari 3 dimensi faktor, yaitu faktor kenyamanan, keberagaman menu, keamanan pada saat bertransaksi. Peringkat tertinggi dalam segi kenyamanan diperoleh oleh Gofood dengan angka 5.09% dan Grabfood & Shoppefood dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



angka 4.97%. Dalam hal keberagaman pilihan makanan, Gofood unggul dengan angka 5,18% sedangkan untuk *Grabfood* dengan angka 5,06% dan *Shopeefood* dengan angka 4,86%. Dalam hal keamanan bertransaksi Gofood juga unggul dengan angka 5,23% sedangkan untuk *Shopeefood* dengan angka 5.19% dan *Grabfood* dengan angka 5.15%.

Indrasari (2019:61) mendefinisikan *Customer Service* atau Kualitas pelayanan dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu Kualitas pelayanan yang baik dan Kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah sesuatu yang bersifat tetap melainkan bersifat fleksibel dan dapat diubah. Perubahan tersebut tentu bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar menjadi lebih dari waktu ke waktu. Hal ini juga menjadi fokus penting bagi Gojek, yang sangat memperhatikan kualitas layanan sebagai tolak ukur dalam penyampaian layanan. Seperti yang disampaikan Gojek, salah satu standar yang diterapkan Gofood bagi mitra *merchart* yang bekerja sama dengan Gojek adalah kepatuhan terhadap kebersihan makanan sesuai dengan pedoman yang ditetapkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO.

Selain Kualitas layanan, Harga juga menjadi faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan Pembelian. Menurut Indrasari (2019:37), Harga menjadi faktor pertimbangan bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa saja atau tidak bermutu baik maka harganya tidak terlalu mahal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Identifikasi Masalah

Ⓒ Berdasarkan Penelitian awal, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan yang lain?
2. Apakah *User Interface* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan yang lain?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan yang lain?
4. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan yang lain?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian layanan gofood pada pengguna gojek di Jakarta Utara?
2. Apakah terdapat pengaruh Presepsi Harga terhadap Keputusan pembelian layanan gofood pada pengguna gojek di Jakarta Utara?

D. Batasan Penelitian

1. Objek Penelitiannya adalah Layanan Gofood dari aplikasi Gojek.
2. Subjek Penelitian ini adalah Pelanggan yang pernah menggunakan gofood atau pengguna Gojek di Jakarta Utara
3. Wilayah Penelitian ini adalah Jakarta Utara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah, Identifikasi Masalah dan Batasan masalah, Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “**Apakah Kualitas Layanan dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan Gofood pada pengguna gojek di Jakarta Utara?**”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan gambaran tentang:

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian layanan gofood pada pengguna gojek di Jakarta Utara
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian layanan gofood pada pengguna gojek di Jakarta Utara

G. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Sebagai berikut:

(1) Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan:

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan masukan dan saran bagi perusahaan mengenai kualitas layanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat menyesuaikan strategi pemasaran di masa depan untuk tetap unggul dalam persaingan.

(2) Manfaat Teoritis

a) Bagi Penulis:

Penelitian ini menjadi sarana yang baik bagi penulis untuk melatih diri dan mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

masa perkuliahan di Kwik Kian Gie School of Bussiness. Selain itu, Penelitian ini menjadi salah satu syarat kelulusan penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Kwik Kian Gie School of Bussiness

b) Bagi Pihak lain:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan memberikan informasi serta memberikan manfaat masukan bagi Perusahaan dalam menjaga dan meningkatkan mengenai kualitas layanan dan presepsi harga terhadap keputusan pembelian.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.