

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi amatlah pesat dimana kemajuan internet mendorong seseorang untuk selalu kreatif dan berinovasi dalam berbisnis. Semua hal bisa digunakan melalui internet, hal yang populer dilakukan oleh pengguna internet yaitu, 1) mencari informasi lewat situs pencari; 2) saling berkomunikasi menggunakan perangkat komunikasi internet, baik menggunakan *e-mail* maupun media sosial seperti Facebook, WhatsApp dan lain lain; 3) berkunjung dari web satu ke web lainnya. Dari aktivitas yang biasanya dilakukan yang pertama dan yang kedua, mulai dari kegiatan jual beli barang yang saat ini bisa dilakukan dengan mudahnya melalui internet yang bisa disebut dengan *online-shopping*. Pengguna online shopping untuk saat ini tidak hanya melalui situs *website*, saat ini orang berbelanja bisa melalui media social seperti instagram dan juga aplikasi yang bisa di *download* melalui *smartphone*. (Rachmawati Setyaningsih, 2018)

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi jual beli, yaitu melalui *electronic commerce*. Adanya *ecommerce* saat ini merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan, karena *e-commerce* memberikan banyak kemudahan bagi pihak penjual ataupun pembeli di dalam melakukan transaksi jual beli, meskipun kedua pihak yang terlibat tidak bertatap muka secara langsung.

Perkembangan *e-commerce* dapat dijadikan suatu riset yang menarik mengingat pada saat ini penggunaan aplikasi yang menggunakan *e-commerce* hampir mencakup seluruh aktivitas sehari-hari seperti berbelanja, pembayaran listrik, membeli pulsa, memesan transportasi umum, sampai pemesanan produk makanan yang siap dikirim selama 24 jam. Kemudahan dalam bertransaksi membuat konsumen lebih senang belanja ataupun melakukan transaksi. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek *online* yang tersedia di Indonesia. Jasa ojek

online hanya dilakukan dengan cara memesan melalui aplikasi tertentu dalam *smartphone*.

Penyedia jasa ojek *online* diantaranya yakni Go-Jek. Selain itu, ojek *online* ini juga tidak hanya melayani jasa angkutan orang, seperti ojek pada umumnya, melainkan juga melayani jasa angkutan barang, dan bahkan menyediakan jasa layanan pesan makanan dan belanja ditoko-toko.

PT. Go-Jek Indonesia didirikan pada tahun 2011 oleh Nadiem Karim dan Michaelangelo Moran. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para pengendara ojek dengan pelanggan. Pada Januari 2015, perusahaan meluncurkan aplikasi *mobile* Go-Jek berbasis *location-based seacrch* untuk telepon genggam berbasis Android dan iOS. Melalui aplikasi ini, pengendara ojek dapat melihat order yang masuk dan lokasi pemesanannya untuk ditanggapi, dan pelanggan dapat memantau posisi pengendara ojek yang menanggapi order. Jasa dan layanan Go-Jek berkembang tidak hanya sebagai transportasi orang, tetapi juga dapat digunakan sebagai pengantar barang, dokumen, ataupun paket, serta sebagai pengantar makanan yang dipesan.

Sebagai salah satu kota yang ada di Indoensia, Kota Bekasi bisa dipastikn tak lepas dari *e-commerce* dan bisnis kuliner online pada khususnya bagi penjual yang telah bergabung dengan fitur Go-Food yang ada di media Go-Jek. Kebutuhan masyarakat di Kota Bekasi yang semakin meningkat dengan kesibukan kerja mereka yang semakin tinggi membuat mereka makin sering memesan makanan dari luar rumah. Selain itu Bekasi juga dijuliki sebagai kota yang macet, hal ini yang mendukung para masyarakat untuk lebih memilih memesan makanan melalui fitur Go-Food dan menunggu kurir Go-Food mengantar makanan mereka dirumah.

Standar pelayanan yang tinggi dan ketetapan dalam *delivery service* selalu dijunjung untuk memuaskan para pelanggan. Kualitas memegang peranan penting dalam perusahaan jasa. Untuk itu diperlukan suatu inovasi untuk memenangkan persaingan dengan meningkatkan kualitas. Penelitian yang dilakukan mengambil

fenomena yang sedang berkembang dimasyarakat yaitu adanya layanan Go-Food. Dari latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Minat Beli Dan Kualitas Pelayanan GoFood Terhadap Kepuasan Konsumen”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang ingin digunakan adalah:

1. Apakah minat beli berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Go-Food ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Go-Food ?
3. Apakah minat beli dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap kepuasan konsumen Go-Food?

1.3 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis memberikan pembatasan masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya akan membahas subjek berupa aplikasi layanan pesan antar makanan dari provider Go-Jek yaitu layanan Go-Food.
2. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang pernah menggunakan jasa layanan Go-Food.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh minat beli secara parsial terhadap kepuasan konsumen Go-Food.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Go-Food

3. Untuk mengetahui pengaruh minat beli dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen Go-Food.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, penulis mengharapkan adanya manfaat terutama bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan, diantaranya sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi para pengusaha kecil yang bergerak di bidang kuliner yang belum menggunakan media online untuk memasarkan produk kulinernya melalui media online.
2. Hasil penelitian dapat meningkatkan jumlah publikasi artikel ilmiah.
3. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi antara si penjual dan provider layanan pesan antar makanan yaitu Go-Food.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman pada penulisan penelitian ini, penulis membaginya dalam lima bab, dengan tahapan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dan dapat diketahui berapa jumlah sample yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa saja yang tepat untuk digunakan.

BAB IV. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis membahas tentang profil organisasi, hasil analisis data, serta pembahasan hasil penelitian yang diuraikan secara singkat dan jelas.

BAB V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terikat (organisasi) serta saran-saran dari penelitian selanjutnya.

