

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan internet saat ini telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Saat ini internet banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi, salah satunya dalam hal pembayaran yang disebut dengan pembayaran elektronik. Pembayaran digital memiliki keunggulan karena dengan sistem ini penggunaannya tidak perlu membawa atau mengeluarkan uang dalam bentuk fisik saat bertransaksi. Saat ini banyak perusahaan penyedia layanan pembayaran digital yang dapat di pergunakan oleh masyarakat Indonesia sehingga terjadinya persaingan. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan penyedia layanan pembayaran digital berusaha membuat konsumennya merasa puas, dengan melakukan promosi dan memberikan kemudahan bagi penggunaannya.

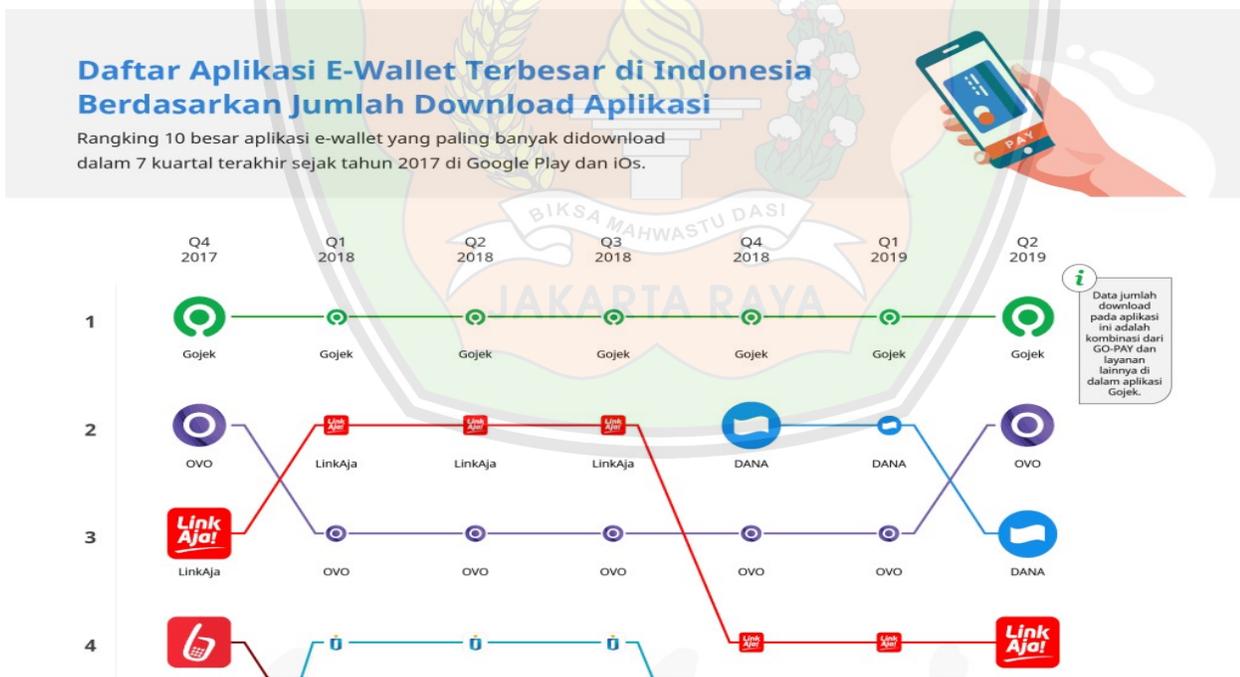
Promosi menjadi factor selanjutnya yang dianggap mampu mempengaruhi keputusan penggunaan Promosi merupakan salah satu variabel bauran pemasaran (*Marketing Mix*) menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Melalui promosi perusahaan akan menyampaikan informasi terkait dengan produk serta manfaat dari produk bagi konsumen, membujuk untuk mengikuti pesan yang disampaikan dalam promosi serta menciptakan kesan positif di benak konsumen

Kemudahan penggunaan merupakan kegiatan yang dapat memperlancar aktivitas seseorang dengan mudah. Kemudahan penggunaan berkaitan dengan sistem yang dibuat oleh perusahaan. Gopay mempermudah aktivitas pembayaran karena mudah untuk digunakan. Kemudahan transaksi inilah yang kemudian membuat masyarakat menggunakan metode pembayaran digital. Kemudahan yaitu tingkatan dimana user merasakan bahwa system atau teknologi tersebut dapat digunakan oleh user dengan mudah tanpa ada hambatan suatu masalah. Kemudahan dalam menggunakan situs web sangat berpengaruh untuk memutuskan konsumen dalam pembelian secara online sebuah website tidak

harus selalu menarik tapi juga harus mudah digunakan agar mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Keputusan penggunaan merupakan proses dari pengakhiran pemikiran tentang suatu masalah. Promosi dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan menjadi faktor sebuah perusahaan untuk menginovasi produknya. Sehingga perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman dan memberikan ke-efisiensi pada pelanggan.

Salah satu pembayaran digital yang populer saat ini yaitu *e-wallet*. *E-wallet* merupakan pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada server. *E-wallet* dapat digunakan untuk pembayaran *online* maupun di *merchant-merchant* yang telah bekerja sama. Berdasarkan data dari *iPrice Group* dan *App Anie*, Gojek menjadi aplikasi *e-wallet* dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia. Berdasarkan gambar dibawah ini diperoleh data jumlah download pada aplikasi ini adalah kombinasi dari GO-PAY dan layanan lainnya di dalam aplikasi Gojek.



Gambar 1.2 Pengguna Aktif Aplikasi E-wallet

Sumber: www.liputan6.com

Gopay merupakan *e-wallet* pertama di Indonesia yang dikeluarkan oleh PT. Karya Anak Bangsa yang lebih dikenal dengan Gojek. Gopay diluncurkan pada tahun 2013 pembaruan dari *Gojek Credit*. Gopay merupakan layanan dompet elektronik yang bisa digunakan untuk membayar berbagai layanan di aplikasi Gojek, membeli tiket bioskop CGV dan pembayaran pada supermarket dan berbagai toko di Indonesia. Promosi yang ditawarkan Gopay berupa potongan harga dan *cashback*. Kemudahan penggunaan dapat menumbuhkan keputusan penggunaan yang menggunakannya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GOPAY (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan Gopay?
2. Apakah kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan Gopay?
3. Apakah promosi dan kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan Gopay?

1.3 Batasan Masalah

Dari uraian rumusan masalah diatas, peneliti membatasi masalah pada pengaruh promosi dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan penggunaan Gopay. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas bhayangkara Jakarta Raya. Penelitian ini dilakukan pada bulan April – Juni 2021.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan penggunaan Gopay.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi secara parsial terhadap keputusan penggunaan Gopay.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan kemudahan penggunaan aplikasi secara simultan terhadap keputusan penggunaan Gopay.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau bahan masukan pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah keputusan penggunaan dalam memakai suatu produk

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap promosi dan kemudahan penggunaan produk.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang di bahas dalam tiap-tiap bab

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada Bab ini menjelaskan dan menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini mengguraikan tentang dasar-dasar teori variable yang mendukung penelitian tentang pengaruh promosi dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan. Akan ada landasan teori yang melandasi penelitian yang dilengkapi dengan hasil penelitian terdahulu.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tentang bagaiman penelitian, waktu dan lokasi penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengambilan sampel, ini akan di laksanakan yang disertai dengan jenis dan sumber data dan metode analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini yang berisikan tentang pendeskripsian analisis data yang telah diperoleh dalam objek penelitian yang dilengkapi dengan gambaran umum secara singkat serta pembahasan mengenai hasil dari penelitian tersebut.

BAB 5 : PENUTUP

Pada Bab ini merupakan Bab penutup dari penulisan yang akan di jelaskan tentang kesimpulan yang merupakan rumusan dari Analisa dan pembahasan dari bab perbab sebelumnya, dan dari kesimpulan tersebut akan dihasilkan implikasi manejrial untuk perusahaan dan pembaca.