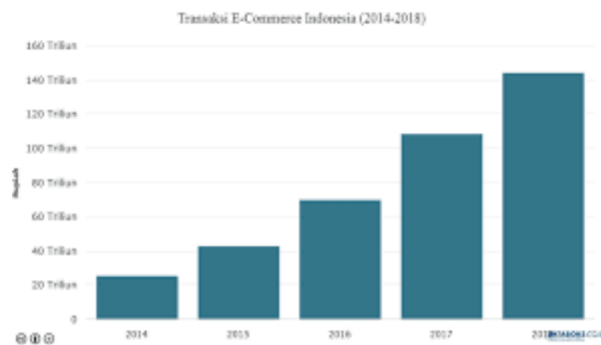


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penggunaan online shopping untuk saat ini tidak hanya melalui situs website seperti sebelum-sebelumnya, saat ini orang berbelanja bisa melalui media sosial seperti instagram dan juga aplikasi yang bisa di download melalui smartphone. Dengan meningkatnya daya kreativitas generasi muda diharapkan mampu meningkatkan pendapatan perkapita negara Indonesia, bisa dikatakan bisnis secara online untuk saat ini termasuk bisnis yang cukup menjanjikan asalkan memiliki daya saing yang cukup.



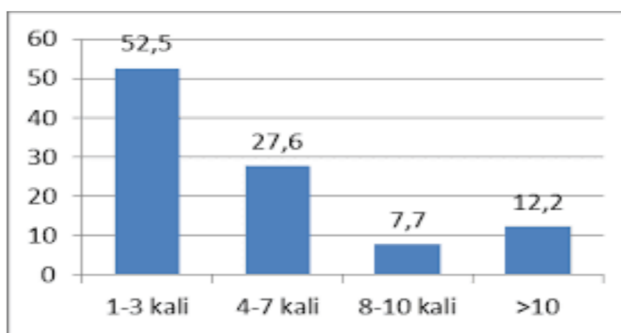
Gambar 1.1 Transaksi E-Commerce Indonesia Tahun 2014-2018

Transaksi perdagangan digital Indonesia tumbuh pesat. Data eMarketer menunjukkan bahwa transaksi e-commerce Indonesia mencapai Rp 25,1 triliun pada tahun 2014 dan akan naik menjadi Rp 69,8 triliun pada tahun 2016, dengan kurs rupiah Rp 13.200 per dolar Amerika. Demikian pula pada tahun 2018, nilai perdagangan digital Indonesia akan terus naik menjadi Rp 144,1 triliun.

Online shopping memiliki daya saing yang cukup akan sangat berpengaruh dalam menumbuh kembangkan usaha bisnis online seseorang. Karena menurut Anthony dan Govindarajan (2016), ada lima hal yang perlu diperhatikan pemilik bisnis saat menjalankan bisnisnya, lima hal ini disebut analisis industri yang diperkenalkan oleh (Porter, 2008) yaitu : ancaman

pesaing lama, daya tawar konsumen, daya tawar pemasok, ancaman barang pengganti, dan ancaman pendatang baru.

Selain pihak pebisnis yang dimudahkan dengan perkembangan teknologi, tentunya konsumenlah yang paling di mudahkan dalam melakukan kegiatan konsumsinya. Kemudahan dalam bertransaksi membuat konsumen menjadi lebih “doyan” belanja ataupun melakukan transaksi. Tidak hanya dalam bidang penjualan barang, jasa pun saat ini sudah bisa di pesan secara online, sebagai contoh ojek online seperti Go-Jek. Dengan melalui Go-Jek seseorang bisa menggunakan jasa seseorang untuk transportasi dengan menggunakan motor ataupun mobil, memesan makanan, mengirim barang, jasa angkut dan yang lainnya yang saat ini tengah dikembangkan oleh Go-Jek. Menurut (Tjiptono, 2020) mengenai kepuasan dan keputusan pelanggan pada konteks lingkungan online dan offline menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada jasa yang dipilih secara online sama dengan jasa yang dipilih secara offline, namun keputusan pada penyedia jasa lebih tinggi pada jasa yang dipilih secara online dibandingkan yang offline. Keputusan dan kepuasan memiliki hubungan timbal balik yang saling memperkuat secara positif satu sama lain



Gambar 1.3 Layanan GO-JEK

Terdapat 2 layanan yang transaksinya sering menggunakan Gojek sendiri yakni Goride, lalu layanan yang menawarkan layanan kurir makanan yakni Gofod. Sebanyak 51% dari total responden menggunakan Gojek dalam melakukan transaksi Go-food (Gambar 3). Angka ini mengalahkan Goride yang menduduki angka sebesar 40%. Kemudian diikuti oleh Gocar sebanyak 7%, Gopulsa sebesar 1%.

PT.Go-Jek didirikan pada tahun 2011 oleh Nadiem Karim dan Michael Angelo Moran. Pada Januari 2015, perusahaan meluncurkan aplikasi mobile Go-Jek yang berbasis location-based search untuk telepon genggam berbasis Android dan iOS (Apples) (Pristiyanti, 2016). Sebagai perusahaan yang berkembang pesat, PT.Go-Jek sedang meningkatkan pelayanan dengan cara memberikan promosi harga yang terjangkau. Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan hasil kinerja akan sangat mempengaruhi image perusahaan, sehingga hal ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan yang sedang berkembang pesat seperti PT.Go-Jek.

Biasanya masyarakat lebih banyak menggunakan fitur Go-Food dalam aplikasi Go-Jek yang berguna untuk memesan makanan. Keadaan yang tidak memungkinkan untuk keluar dari rumah untuk membeli makanan memaksa mereka untuk memesan makanan melalui Go-Food. Penggunaan fitur Go-Food dalam Go-Jek adalah yang paling sering dimanfaatkan oleh masyarakat. Biasanya masyarakat memesan makanan melalui Go-Food disebabkan oleh cuaca yang kadang tidak mendukung untuk membeli sendiri makanan di luar rumah, bisa disebabkan oleh hujan ataupun panas yang tidak wajar.

Namun, tak jarang juga masyarakat terlalu bergantung dengan adanya kemudahan dari Go-Food ini, masyarakat menjadi pemalas bahkan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya sendiri. Hal-hal seperti ini yang biasanya disebut oleh bad impact dari kemudahan yang disebabkan oleh kemajuan teknologi. Memang saat ini Go-Jek tengah gencarn-gencarnya banyak dimanfaatkan oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Namun, sebagai masyarakat seharusnya lebih bijak dalam penggunaan GoJek ini. Apabila memang tidak mendesak ada baiknya keperluan yang bisa dipenuhi sendiri dilakukan. Hal ini akan lebih mengurangi tingkat kemalasan seseorang, apabila tidak dipaksa akan menjadi suatu kebiasaan yang sulit dihilangkan.

Dari latar belakang yang telah dirangkum oleh peneliti maka peneliti tertarik untuk mencari tahu lebih dalam “faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam menggunakan aplikasi Go-Food “.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut

1. Apakah rating berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan Go-Food ?
2. Apakah diskon berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan Go-Food ?
3. Apakah kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan Go-Food?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui apakah rating berpengaruh loyalitas konsumen dalam menggunakan Go-Food
2. Mengetahui apakah promosi diskon berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan Go-Food
3. Mengetahui apakah kualitas pelayanan dalam menggunakan Go- Food berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan Go- Food

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teortis

Manfaat Teoritis Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memperkaya kajian ilmu ekonomi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti Sebagai masukan dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang materi yang diteliti yaitu tentang faktor keputusan membeli melalui aplikasi Go-Jek fitur Go-Food.

- b. Bagi Perusahaan Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan bagi PT. Go-Jek Indonesia untuk terus memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan
- c. Peneliti lain Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian yang serupa.