

# BAB I

## PENDAHULUAN

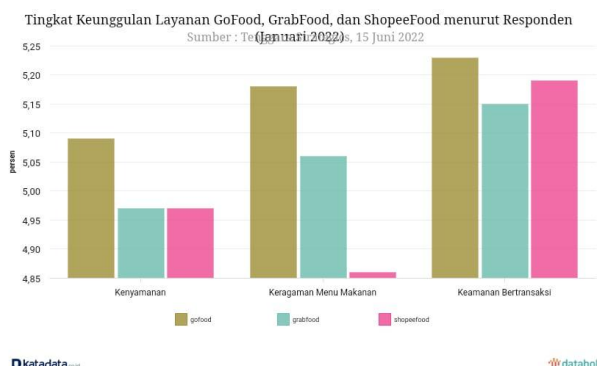
### A. Latar Belakang Masalah

Teknologi berkembang dan membimbing masyarakat menuju era yang lebih digital seiring berjalannya waktu. Layanan pesan antar makanan dan minuman online yang semakin populer di zaman sekarang ini menjadi salah satu teknologi digital tersebut. Gofood adalah perintis utama manfaat angkut makanan dan minuman yang paling dinamis dalam menyelesaikan teknik periklanan canggih untuk memperluas premium orang pada umumnya, yang merupakan salah satu sektor bisnis tujuan fundamentalnya. Gofood juga telah menghadirkan marketing plan yang dapat membantu mendongkrak promosi digital dan strategi promosi digital. Diharapkan masyarakat atau pengguna Gofood akan melakukan pembelian ulang lebih banyak sebagai hasil dari promosi digital. (Hasan Eko Putro, 2021).

Manusia juga sangat bergantung pada kemajuan teknologi digital yang berdampak signifikan terhadap kemampuan masyarakat dalam menjalankan tugas sehari-hari. Salah satu kemajuan yang saat ini berkembang pesat adalah telepon seluler, selain penggunaan telepon seluler untuk komunikasi jarak jauh, telepon seluler juga memiliki berbagai macam aplikasi, seperti aplikasi hiburan virtual, game, aplikasi browsing, dan administrasi, dan masih banyak lagi yang lain. (Dastamar, D.L, Aryani, L & Pusporini, P. (2021).

Menurut hasil survei Tenggara Strategic pada databoks.katadata.co.id, layanan pesan-antar makanan online milik Gojek, yaitu GoFood, dinilai paling unggul oleh konsumen di Gojek, yaitu GoFood, dinilai paling unggul oleh konsumen di Indonesia. Survei ini menanyakan pendapat responden tentang kualitas layanan pesan-antar makanan dari tiga aspek, yaitu kenyamanan, keragaman menu, serta keamanan dalam bertransaksi. Dari segi kenyamanan GoFood mendapat skor tertinggi, yaitu 5,09%. Sedangkan GrabFood dan ShopeeFood masing-masing memiliki skor 4,97%. Kemudian dari segi keragaman menu GoFood unggul dengan skor 5,18%. Sedangkan GrabFood 5,06% dan ShopeeFood 4,86% (Sumber: *Data Primer*, 2022)

**Tabel 1.1**  
**Tingkat Keunggulan Layanan GoFood**



Sumber: *Data Primer, 2022*

Dari segi keamanan bertransaksi GoFood juga unggul dengan skor 5,23%. Sedangkan ShopeeFood 5,19% dan GrabFood 5,15%. Survei ini juga menemukan bahwa GoFood merupakan layanan pesan-antar makanan yang pertama kali diingat oleh 50% responden. Sedangkan ShopeeFood dan GrabFood persentasenya 28% dan 22%. Survei dilakukan pada 10-14 Januari 2022 terhadap 1.200 responden yang berdomisili di Jabodetabek, Medan, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Solo. Kriteria responden adalah berusia minimal 17 tahun, serta pernah menggunakan layanan pesan-antar makanan online setidaknya sekali dalam 3 bulan terakhir. Survei ini menggunakan metode random sampling dan wawancara tatap muka, dengan tingkat toleransi kesalahan (margin of errors) kurang lebih 2,8% (Tenggara, S. 2022).

Dalam pemasaran jasa, perusahaan jasa tersebut harus berorientasi kepada usaha dalam memaksimalan lengkap jasanya dan melakukan berbagai banyak promosi kepada konsumen agar konsumen merasa senang, puas dan mau menggunakan jasa tersebut dibandingkan dengan jasa yang lainnya. Seperti yang dikemukakan oleh Didin & Anang pada Tahun 2009 bahwa, setiap konsumen lebih respek atau menyukai suatu produk atau jasa apabila produk dan jasa tersebut terlihat secara lengkap saranannya dan banyak perusahaan dengan melakukan banyak promosi kepada konsumen. Promosi penjualan diharapkan dapat menarik atau memberikan rangsangan terhadap konsumen untuk melakukan pembelian. (Ahmad, N.I.T, 2018).

Penegasan dari Garick Kea selaku Chief Head of Buyer Knowledge Nielsen terkait penggunaan aplikasi food conveyance secara online dengan jumlah 84% GoFood, dengan lebih banyak membantu individu. Studi ini melibatkan 1.000 responden berbeda dari Jogjakarta, Makasar, Bandung, Surabaya, dan Balikpapan, di antara tempat-tempat lain di Indonesia. Pria dan wanita berusia antara 18 dan 54 berpartisipasi dalam survei.(Yunianto, 2019).

Namun sangat diharapkan bagi mahasiswa untuk mengandalkan inovasi komputerisasi dari GoFood, mahasiswa menjadi malas untuk kebutuhannya sendiri. (2018 Setyaningsih). Hal-hal seperti ini biasanya disebut dari kenyamanan yang ditimbulkan oleh kemajuan dalam pergantian peristiwa secara mekanis. Siswa yang terbiasa dengannya secara bertahap mengadopsinya sebagai cara hidup. Siswa terlibat dalam kegiatan yang menekankan penampilan luar mereka, harga diri, dan bagaimana mengikuti perubahan di lingkungan mereka. Siswa yang semula diharapkan dapat menanggapi secara rasional perkembangan yang ada, menjadi sulit untuk bersikap rasional akibat kebiasaan tersebut. (A'yun, 2019).

Peneliti fokus pada layanan gofood karena layanan ini menyediakan banyak media promosi bagi pelaku usaha serta cara untuk mempromosikan kerjasama antara pelaku usaha dan mitra usaha Gofood, seperti diskon atau iklan produk. Ditinjau dari persepsi awal, eksplorasi umum menggunakan layanan dan pemesanan di gofood bagi mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang mempelajari masalah Keuangan Syariah, masih banyak mahasiswa yang belum membeli makanan dan minuman secara online melalui gofood, dan beberapa mahasiswa juga memilih beli. sebagai hiburan berbasis web untuk mengatur makanan dan minuman di web.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut. Oleh karena itu kesimpulan terbaik individu untuk melakukan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya.

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, kualitas pelayanan atau service quality menjadi suatu hal yang penting. (Kusuma, Ridwan & Farida 2011)

Parasuraman, et al (1985) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. Sedangkan menurut Murdick, et al (dalam Assegaf, 2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kebutuhan atau keperluan psikologis. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (ability) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Namun hal tersebut tidaklah mudah di zaman sekarang ini. Perkembangan teknologi dan globalisasi yang cepat, menyebabkan perubahan besar pada pasar. Seiring dengan perubahan yang terjadi di dunia pemasaran, maka para pelaku bisnis pun harus terus berubah dan berinovasi karena persaingan antar perusahaan yang sejenis maupun yang tidak sejenis dalam upaya menguasai pasar akan semakin meningkat. Konsumen pun akan semakin menuntut perusahaan untuk memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya agar kebutuhan terpeuhi. (Nasution, Asrizal Efendy 2019)

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Tindakan pengambilan tersebut meliputi tentang jenis dan manfaat produk, tentang bentuk produk, tentang merek, tentang jumlah produk, tentang penjualnya dan tentang waktu.



Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis retail semakin bertambah ketat. Pilihan masyarakat untuk berbelanja di Indomaret Jalan Sea tentu tidak lepas dari usaha manajemen toko untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya, khususnya kegiatan pemasaran seperti harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan. (Meliyana. M 2018 )

Sifat pembeli juga bergantung pada bantuan dan sifat bantuan. Perilaku produsen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan disebut sebagai layanan. Philip Kotler (Salemba Empat, Jakarta: 2002). Karena administrasi memiliki hubungan yang sangat nyaman dengan kepuasan pembeli. Kualitas administrasi dapat memberikan kekuatan motivasi kepada pembeli untuk menyusun area kekuatan bagi perusahaan. Menurut Alquran surat Al Baqoroh ayat 267, Islam mengajarkan bahwa jika ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang, jasa, atau bahkan jasa itu sendiri maka harus memberikan kualitas. (Departemen Agama RI, 2004:46).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَبْمُؤُوا الْخَبِيثَاتِ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Yang artinya: “wahai orang-orang yang beriman. Infakanlah sebagian usahamu yang baik-baik dan sebagian apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Jangan kamu memilih yang buruk yang akan kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha puji, maha kaya.”

Dari penjelasan ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa memberikan suatu pelayanan yang baik terhadap konsumen itu sangat penting bagi produsen, supaya agar konsumen itu tertarik sama suatu produk atau jasa tersebut.

Dari latar belakang diatas, peneliti sangat tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN SECARA ONLINE MELALUI GOFOOD”** (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Jurusan Ekonomi Syariah).

## B. Identifikasi Masalah

### 1. Identifikasi masalah

#### a. Wilayah kajian

Kajian wilayah pada permasalahan penelitian ini adalah kepuasan konsumen, penelitian ini akan menentukan jalannya suatu penelitian.

#### b. Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif.

#### c. Jenis masalah

Jenis masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah pengaruh keputusan pembelian makanan dan minuman secara online melalui gofood.

### 2. Pembatasan masalah

Batasan masalah diadakan untuk mencegah adanya penyimpangan dan permasalahan pokok, agar penelitian ini terarah dan memudahkan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian sehingga penelitian sesuai dengan tujuannya. Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas luas lingkup pada batasan ini adalah pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan dan minuman secara online melalui gofood. Objek kajian pada penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon jurusan Ekonomi Syariah. Adapun beberapa masalah yang diungkapkan, untuk menghindari meluasnya masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah pada:

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman secara online melalui gofood.
- b. Pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap pembelian makanan dan minuman secara online melalui gofood.
- c. Kepercayaan konsumen terhadap pembelian makanan dan minuman secara online melalui gofood.

### 3. Rumusan masalah

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan membeli makanan dan minuman secara online melalui gofood ?

- b. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan membeli makanan dan minuman secara online melalui gofood ?
- c. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan membeli makanan dan minuman secara online melalui gofood ?
- d. Apakah kualitas produk, kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap pembelian makanan dan minuman secara online melalui gofood ?

### **C. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli makanan dan minuman secara online melalui gofood.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan membeli makanan dan minuman secara online melalui gofood.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan makanan dan minuman secara online melalui gofood.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan membeli makanan dan minuman secara online melalui gofood.

### **D. Manfaat Penelitian**

- a) Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan dan minuman secara online melalui gofood pada mahasiswa Iain Syekh Nurjati Cirebon jurusan Ekonomi Syariah.

- b) Bagi mahasiswa dan pembaca

Sebagai sumber informasi dan pengetahuan bagi peneliti lain maupun bagi pembaca tentang analisis faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan dan minuman secara online melalui gofood.

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna, terutama pada perilaku konsumen dalam hal kualitas produk, keputusan pembelian, kualitas pelayanan, dan yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

## 2. Kegunaan praktis

Penelitian ini berguna sebagai sumbangan pemikiran dan rujukan bagi pihak yang berkepentingan khususnya bagi mahasiswa Iain Syekh Nurjati Cirebon jurusan Ekonomi Syariah, dan juga masyarakat mengenai kepuasan konsumen dalam membeli makanan dan minuman secara online melalui gofood.

