

BAB I

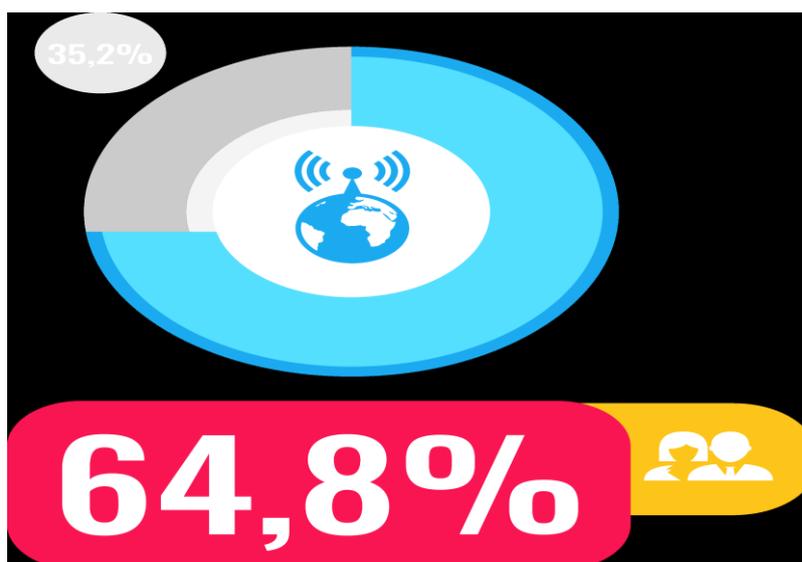
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi juga mengalami kemajuan dalam perkembangannya. Teknologi memiliki peran penting untuk menunjang proses berjalannya industri digital. Salah satunya teknologi dimanfaatkan dengan menggunakan *smartphone* atau telepon pintar untuk mengakses informasi yang berbasis pada media *online*. Hal ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam mencari informasi yang terjadi dan sedang hangat dibicarakan didunia, tanpa harus keluar rumah untuk mengetahui apa yang sedang menjadi *trending topic*.

Gambar 1.1

Pengguna Internet Tahun 2018



Sumber Data: APJII, 2020

Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) diatas, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta orang. Dengan presentase 64,8% penduduk Indonesia mengakses internet untuk mendapatkan informasi melalui *smartphone*. Berkembangnya teknologi membawa dampak perubahan yang besardan positif pada berbagai salah satunya berkembangnya model pembelian pada bidang kuliner. Yang membuat masyarakat tidak perlu mendatangi kedai secara langsung untuk membeli makanan, namun cukup memesan melalui suatu aplikasi yaitu ojek *online*.

Aplikasi ojek *online* merupakan salah satu terobosan teknologi yang muncul pada era tahun 2010-an dengan memperkenalkan layanan untuk pembelian makanan dengan cara *online* melalui penggunaan *smartphone*. Adanya aplikasi tersebut membuat masyarakat merasa terbantu dan terus menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Aplikasi ini muncul dikarenakan banyaknya aktivitas masyarakat yang tidak bisa meninggalkan pekerjaan atau kesibukannya untuk membeli makanan secara langsung di kedai makan.

Manfaat yang dirasakan oleh konsumen atas adanya aplikasi ini yaitu mudah, karena dapat digunakan dimana dan kapan saja saat dibutuhkan. Efisien karena tanpa meninggalkan kesibukan utamanya namun tetap dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kecepatan dan ketepatan aplikasi menjadi faktor perilaku konsumen dalam mendapatkan

kebutuhannya. Sehingga perilaku masyarakat yang sedemikian rupa, mulai memutuskan untuk menggunakan aplikasi ojek *online* pembelian makanan.

Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana suatu individu melakukan keputusan dalam memanfaatkan sumber daya mereka untuk membeli barang yang berhubungan dengan konsumsi (Schiffman dan Kanuk, 2008:6), dan kadang kala memperhatikan pengalaman sebelumnya untuk mendapatkan informasi untuk memenuhi kebutuhannya (Moowen & Minor, 2002: 6). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang berasal dari individu, lingkungan, dan penerapan strategi pemasaran (Assael, 2001: 15). Maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen menjadi faktor dalam proses pembuatan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan dasar pertimbangan untuk melakukan proses pemilihan produk apa yang ingin dibeli. Dasar pertimbangan mengenai informasi produk apa yang hendak dibeli, bagaimana cara untuk melakukan pembelian, kapan dan dimana produk itu dibeli. Konsumen berhak memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian melalui beberapa proses. Menurut Kotler & Keller (2012: 227) proses itu dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan paska pembelian.

Kualitas informasi yang disediakan oleh aplikasi cukup menjelaskan diskripsi mengenai cara penggunaan tanpa membuat kebingungan bagi penggunanya. Informasi pada aplikasi ojek *online* cukup akurat dalam

memposisikan lokasi atau yang berkenaan dengan pembelian makanan. Ketepatan waktu pengemasan dan pengantaran dapat dilihat pada layar aplikasi ojek *online*. Selain itu aplikasi ini memiliki sistem keamanan yang dipantau langsung oleh pihak penyedia aplikasi. Sehingga pengguna merasa aman dan percaya untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dengan tingginya kualitas informasi yang disediakan, maka semakin tinggi pula konsumen untuk menggunakannya.

Ketertarikan konsumen dalam menggunakan aplikasi ojek *online* dikarenakan banyaknya macam varian produk makanan yang tersedia didalam fitur aplikasi. Variasi produk membuat konsumen merasa bebas untuk melakukan keputusan pembelian makanan melalui aplikasi ojek ini tersebut. Konsumen juga tidak akan merasa bosan untuk melakukan pembelian dikarenakan banyaknya pilihan makanan yang tersedia mulai dari makanan tradisional, makanan khas dari suatu daerah, dan makanan dari berbagai mancanegara yang tersedia dengan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penerapan strategi diskon yang disediakan oleh penyedia aplikasi sebagai salah satu sarana dalam mempengaruhi konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian. Diskon yang diterapkan penyedia aplikasi ojek *online* membuat masyarakat semakin tertarik untuk menggunakannya, yang dirasa pantas untuk didapatkan. Harga yang pantas memiliki persepsi apabila dengan harga normal memiliki kualitas yang baik. Namun apabila mendapat harga diskon maka memiliki kualitas yang kurang baik (Assauri, 2009:126). Diskon

merupakan potongan harga dan potongan pada saat promo penjualan melalui iklan (Nurbiyati *et al*, 2005:141; Sari, 2019).

Diskon dapat mendorong konsumen untuk membeli dengan skala lebih besar dari biasanya. Pemberian diskon dilakukan dengan cara memberi tanda pada produk makanan yang ingin diberikan diskon. Namun tetap mencatumkan harga asli untuk menjadi perbandingan seberapa besar diskon yang diberikan oleh penyedia aplikasi. Pemberian diskon memiliki rasa ekonomis di mata konsumen karena dapat mengurangi jumlah pengeluaran mereka. Sehingga menimbulkan sikap positif konsumen untuk menggunakannya dalam melakukan pembelian.

Pengalaman konsumen menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan pembelian secara *online*. Pengalaman konsumen merupakan tanggap atas interaksi yang terjadi secara tidak langsung dengan perusahaan, namun tetap memberi kontribusi yang cukup terhadap penilaian pada perusahaan (Gentile *et al*, 2007). Dengan memperhatikan kualitas dan kinerja aplikasi layanan menjadi dasar acuan tersebut konsumen merasa yakin untuk melakukan keputusan pembelian. Ditambah dengan sistem keamanan yang disediakan oleh penyedia aplikasi dalam menjaga kepercayaan konsumen. Sehingga konsumen yakin untuk merekomendasikan aplikasi ojek *online* kepada orang lain untuk menggunakannya dalam melakukan keputusan pembelian makanan di Soloraya.

Berdasarkan latar belakang diatas, menjadi dasar alasan bagi peneliti untuk memilih judul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Ojek Online Di Soloraya.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi ojek *online*?
2. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi ojek *online*?
3. Apakah diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi ojek *online*?
4. Apakah pengalaman konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi ojek *online*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan membahas pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi ojek *online*.
2. Menganalisis dan membahas pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi ojek *online*.

3. Menganalisis dan membahas pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi ojek *online*.
4. Menganalisis dan membahas pengaruh pengalaman konsumen terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi ojek *online*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak yang memerlukan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran khususnya konsumen yang melakukan keputusan pembelian *online*.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang dapat dipertimbangkan oleh penyedia layanan jasa aplikasi ojek *online* bahwa kualitas informasi, variasi produk, diskon, dan pengalaman konsumen menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini bertujuan agar pembaca lebih mudah memahami tentang alur pemikiran dalam skripsi ini secara terarah dan jelas. Selain itu, penelitian ini dimaksud agar peneliti lebih mudah mengartikan bab demi bab sehingga menjadi kesatuan yang utuh. Secara garis besar sistematika dalam penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menjelaskan mengenai tinjauan teori, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan mengenai karakteristik responden, analisis data , dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab V mnejelaskan mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN