

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di zaman sekarang ini, terjadi percepatan yang sangat cepat dalam perkembangan teknologi, khususnya di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Pengejaran inovasi tanpa henti oleh teknologi telah membuat perubahan yang tidak bisa memisahkannya dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Dalam konteks persaingan dunia usaha yang semakin ketat, dan lebih khusus lagi dalam kancah jasa pesan antar makanan secara *online*, agar pelaku usaha mampu memenangkan persaingan sehingga tetap eksis, perusahaan harus mampu mengevaluasi perilaku pelanggan melalui sikapnya terhadap objek tertentu.

Kualitas produk menjadi elemen penting yang memengaruhi keputusan pembelian, karena tingkat kualitas yang tinggi menjadi keunggulan kompetitif dalam dunia bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, jika produk tidak memenuhi standar, maka akan dibuang. Demikian pula, ketika membeli produk konsumen, konsumen selalu mengantisipasi bahwa barang yang mereka beli akan memenuhi semua keinginan dan kebutuhan mereka sebagai hasilnya, bisnis dapat merancang produk yang memenuhi standar pelanggan. Keunggulan produk sangat penting untuk pertumbuhan *output* perusahaan (Luthfia & Maya, 2022:40).

Promosi adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena berfungsi sebagai sarana komunikasi pemasaran yang memfasilitasi pertukaran informasi antara konsumen dan penjual. Tujuan dari

adalah untuk memberikan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen tentang produk atau layanan perusahaan agar mereka memberikan umpan balik. Promosi merupakan bentuk persuasi langsung yang menggunakan berbagai insentif yang dirancang untuk mendorong pembelian segera suatu produk, dengan tujuan meningkatkan jumlah barang yang terjual kepada konsumen (Anggraenia *et al.*, 2023:41).

Kemudahan merupakan faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini dikarenakan kemudahan diukur dari seberapa besar seseorang berpikir bahwa menggunakan teknologi tidak akan memakan banyak tenaga. Kemudahan ini akan mempengaruhi bagaimana seseorang bertindak. Sebagai contoh, semakin seseorang mengetahui betapa mudahnya menggunakan suatu sistem, maka mereka akan semakin banyak menggunakan teknologi informasi. Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah seberapa mudah menurut mereka untuk membeli sesuatu yang mereka butuhkan di akhir proses (Salsabil & Bawono, 2021:481).

Keputusan pembelian merupakan penilaian atas kepemilikan suatu objek karena telah melalui proses transaksi yang berurutan. Saat melakukan pembelian, pelanggan tidak langsung memilih barang dagangan, melainkan mereka harus mempertimbangkan sejumlah faktor yang berbeda. Ketika datang untuk membaca apa yang diinginkan pelanggan, produsen benar-benar harus mampu melakukannya sekarang lebih dari sebelumnya. Produsen perlu memberikan perhatian yang besar pada inovasi produk yang mereka tawarkan, karena hal ini

akan menjadi ciri khas dari produk tersebut dan dapat meningkatkan minat konsumen dalam membuat keputusan pembelian (Kesuma *et al.*, 2021:14).

GoFood merupakan salah satu fitur dari aplikasi GoJek yang merupakan salah satu aplikasi dengan layanan antar makanan secara *online* di Indonesia. Pada Kota Batam layanan GoFood sering kali digunakan oleh masyarakat umum dalam memesan makanan ataupun minuman, hal ini tentu saja lebih memudahkan masyarakat dikarenakan masyarakat cukup untuk memesan lewat aplikasi kemudian pesanan akan diantarkan *driver* sampai depan rumah ataupun kantor. Akan tetapi dengan pesatnya perkembangan layanan antar makanan di Indonesia khususnya, di Kota Batam, membuat GoFood memberikan berbagai strategi dalam menciptakan keputusan pembelian yang dimana dengan melalui kualitas produk, promosi dan kemudahan.

Permasalahan kualitas produk pada GoFood ditemukan bahwa pada ulasan di Play Store diperolehnya bahwasanya banyak pembeli yang mengeluh dimana memesan makanan kepada resto yang dituju, akan tetapi produk yang diterima tidak sesuai yang diinginkan dimana terdapat makanan yang sampai tumpah diakibatkan packing makanan yang tidak rapi. Selain itu, terdapat pembeli yang mengeluhkan kualitas dari makanan yang diberikan, dimana terdapat pesanan makanan yang diterima dalam kondisi yang dingin, hal ini dikarenakan pesanan yang siap antar tidak langsung diantar melainkan driver menunda waktu pengantaran sehingga kualitas makanan yang diberikan berkurang. Oleh karena itu, diharapkan kepada GoJek selaku aplikasi dari GoFood untuk dapat menindak

tegas kan kepada resto ataupun driver yang melanggar aturan, hal ini bertujuan agar dapat tercipta nya peningkatan keputusan pembelian.

Pada promosi yang diadakan pada GoFood seperti yang diperoleh langsung dari aplikasi pada 25 Maret 2023 dengan berbagai promosi yang diberikan. Adapun data yang diperoleh promosi pada GoFood dan promosi yang dirapkan pada pesaingnya sebagai berikut:

**Tabel 1.1** Jenis Promosi GoFood dan ShopeeFood

No	GoFood	ShopeeFood
1	Extra Cashback Gopay Coint s.d 40rb	Diskon 60% s/d 25rb
2	Diskon makanan 35%, maks. 100rb. Min order 200rb	Diskon jumbo 25% s/d 200rb
3	Diskon 70% min order Rp.25.000 dengan diskon maksimal Rp.20.000	Diskon 50 rb untuk kartu kredit dan VISA
4	Diskon ongkos kirim hingga Rp.6000	Gratis ongkir s/d 9 rb

**Sumber:** GoJek dan Shopee (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwasanya promosi yang dilakukan GoFood kurang menarik jika dibandingkan dengan ShopeeFood, hal ini disebabkan keluhan pembeli yang menyebutkan bahwa promo yang diberikan hanya bisa digunakan hanya satu kali dalam sehari padahal promo yang diberikan sebanyak dua kali. Selain itu, terdapat pembeli yang mengeluh kan dengan voucher promosi yang tidak bisa digunakan untuk memesan makanan ataupun minuman padahal syarat dan ketentuan yang diberikan sudah terpenuhi. Oleh karena itu, diharapkan GoJek selaku aplikasi dari GoFood untuk dapat memperbaiki sistem promosi pada aplikasi, hal ini bertujuan agar promosi dapat digunakan sebagai semestinya serta dapat menciptakan promosi yang menarik keputusan pembelian pada pada aplikasi GoFood.



Keputusan pembelian pada aplikasi GoFood masih menjadi yang tertinggi dari pada pesaingnya, hal ini dapat dibuktikan dengan berdasarkan data yang diperoleh melalui databoks.katadata.co.id yang dapat diperlihatkan sebagai berikut:

**Tabel 1.2** Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia 2022

No	Nama	Nilai/ Rp Triliun
1	GoFood	30,65
2	ShopeeFood	26,49
3	GrabFood	20,93

**Sumber:** databoks.katadata.co.id (2023)

Berdasarkan data yang ditampilkan tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa menurut temuan Tenggara Strategics, GoFood merupakan layanan pesan antar makanan *online* di Indonesia dengan nilai transaksi tertinggi. Transaksi ini mengungguli ShopeeFood dan GrabFood dalam hal nilai. Akan tetapi berdasarkan temuan terkait dengan keluhan untuk melakukan keputusan pembelian pada GoFood di Play Store ditemukannya bahwa pelanggan yang mengeluhkan dengan seringnya dapat *driver* yang jauh dari restoran sehingga pesanan yang dipesan melalui GoFood menjadi lama sampai. Selain itu, terdapat pelanggan yang mengeluhkan dengan susahny mencari *driver* yang dimana pelanggan harus menunggu lebih dari 5 menit baru mendapatkan *driver*. Oleh karena itu, dari pernyataan tersebut sangat mempengaruhi keputusan pembelian pada aplikasi GoFood, untuk itu GoFood harus dapat dengan cepat untuk menyelesaikan permasalahan agar pelanggan tidak beralih ke perusahaan sejenis.

Dengan adanya permasalahan yang diuraikan sebelumnya sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang diberikan judul “**Pengaruh**

## **Kualitas Produk, Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Gofood Di Kota Batam”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan informasi yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas makanan yang diterima dalam kondisi yang dingin karena *driver* tidak langsung mengirimkan pesanan makanan.
2. Promosi yang dilakukan GoFood kurang menarik jika dibandingkan dengan ShopeeFood yang mampu memberikan diskon hingga 200rb.
3. *Voucher* promosi tidak bisa digunakan lebih dari satu kali dalam satu hari sehingga tidak dapat memesan makanan atau minuman.
4. Tampilan fitur pada aplikasi GoFood tidak mudah diakses sehingga letak kemudahan fitur menu makanan sulit diakses.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menjaga fokus penelitian dan menghindari cakupan yang terlalu luas atau menyimpang, berikut adalah batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Variabel penelitian yang akan diteliti mengenai pengaruh kualitas produk, promosi dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam.
2. Konsumen yang akan dijadikan responden merupakan pengguna atau pembeli dari aplikasi Gofood di Kota Batam.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah disajikan, maka masalah yang akan dipecahkan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam?
3. Apakah kemudahan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam?
4. Apakah kualitas produk, promosi dan kemudahan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui kemudahan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam.

4. Untuk mengetahui kualitas produk, promosi dan kemudahan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Secara Teoritis**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyediakan bukti empiris tentang bagaimana kualitas produk, promosi, dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan kontribusi konseptual bagi para peneliti dan akademisi sejenis untuk mendorong pertumbuhan dan kemajuan dalam dunia penelitian.

### **1.6.2 Secara Praktis**

#### **1. Bagi Peneliti**

Studi ini bermanfaat bagi para peneliti untuk menyumbangkan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, serta untuk menemukan bagaimana pengaruh kualitas produk, promosi dan kemudahan terhadap keputusan pembelian, yang telah melakukan pembelian pada Gofood.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan konsep yang dapat dijadikan bahan perenungan oleh individu yang sebelumnya telah melakukan keputusan pembelian pada layanan Gofood dalam upaya untuk meningkatkan jumlah individu yang memilih untuk melakukannya.

### 3. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perpustakaan Universitas Putera Batam, terutama dalam memperkaya pemahaman tentang kualitas produk, promosi, dan kemudahan yang memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi yang berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa, sehingga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan.

### 4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat berperan sebagai tambahan data, sumber ide inovatif, dan sebagai landasan untuk penelitian lanjutan dalam bidang manajemen pemasaran, terutama dalam mengkaji pengaruh kualitas produk, promosi, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian.