

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman Industri 4.0, kemajuan teknologi informasi yang semakin maju telah mengubah hal mendasar dalam gaya hidup masyarakat. Contohnya, penggunaan smartphone dan media sosial semakin merebak. Perkembangan teknologi informasi ini telah membuat masyarakat lebih condong pada penggunaan teknologi yang mempermudah kehidupan mereka. Banyak orang kini membutuhkan akses informasi yang praktis dan efisien untuk menghemat waktu dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Saat ini, perkembangan teknologi informasi semakin mempermudah pelaku bisnis dalam menjalankan usaha mereka.

Kepercayaan merujuk pada keyakinan pelanggan bahwa jaminan perusahaan kepada mereka dapat diandalkan, dan ketika kita berbicara tentang memberikan tindakan yang saling menguntungkan, kita berbicara tentang bisnis. percaya sangat penting untuk keberhasilan bisnis apa pun, dan kepercayaan sangat penting untuk penyelesaian setiap transaksi komersial yang melibatkan dua pihak atau lebih, dan harus ada di kedua sisi transaksi. Keyakinan bukanlah sesuatu yang dapat dengan mudah dari pihak ketiga atau mitra bisnis, sebaliknya, itu adalah sesuatu yang harus diperoleh sejak awal dan dapat didemonstrasikan (Rodiah & Melati, 2020:68).

Kemudahan penggunaan mengacu pada persepsi bahwa perangkat mudah digunakan. Pengguna atau seseorang yang menganggap sistem informasi mudah

digunakan hampir pasti akan menggunakannya sebagai alternatif, jika sistem informasi sulit digunakan, hampir pasti tidak akan digunakan. Sebagai ciri kemudahan penggunaan, semacam teknologi informasi yang tidak terlalu rumit, lebih sederhana untuk dipahami, dan lebih mudah untuk diterapkan. Keyakinan akan kesederhanaan penggunaan suatu perangkat dapat mengarah pada kesimpulan bahwa penggunaannya tidak memerlukan banyak usaha (Taan, 2021:90).

Promosi mengacu pada tindakan yang dilakukan untuk mengungkapkan pesan tertentu kepada pembeli tentang produk atau layanan. Tujuan dari promosi adalah untuk meningkatkan pendapatan. Promosi adalah yang paling penting, dan perusahaan berkewajiban untuk terlibat di dalamnya. Ini karena, melalui promosi, konsumen dan pelanggan dapat mempelajari barang-barang yang ditawarkan perusahaan, meningkatkan kemungkinan mereka akan membeli barang-barang yang memuaskan kebutuhan atau memuaskan keinginan (Karmilah *et al.*, 2022:764).

Minat beli seorang konsumen sebagaimana dapat mengacu kecenderungan untuk membeli suatu produk sebagai akibat dari paparan, keakraban, ataupun keinginan terhadap produk tersebut di kalangan para konsumen. Ketertarikan konsumen pada produk atau layanan adalah motivator intrinsik yang kuat, dan dipengaruhi oleh input dan emosi yang mereka alami terhadap produk atau layanan yang telah diperoleh. Pelanggan memantau perilaku pemasaran yang ada, akan tetapi belum dapat menjamin kemampuan konsumen (Otovianti & Herman, 2020:136).

Go Food merupakan salah satu *platform* pengiriman makanan *online* yang populer di Indonesia. Go Food memudahkan pelanggan untuk memesan makanan dari restoran atau kafe tertentu dan mengantarkannya langsung ke tempat mereka. Kafe Halara merupakan salah satu restoran di Kota Batam yang memanfaatkan layanan pesan antar Go Food. Kafe ini menyediakan berbagai macam minuman dan makanan ringan, seperti kopi, teh, dan kue-kue. Kafe Halara telah memanfaatkan Go Food sebagai salah satu sarana untuk memperluas pangsa pasarnya dan menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Salah satu permasalahan dalam meningkatkan minat beli pada kafe Halara melalui GoFood selanjutnya yaitu kepercayaan, akan tetapi berdasarkan observasi serta melakukan wawancara dengan pihak kafe Halara, didapatkan bahwasanya masih terdapat pembeli yang tidak menaruh kepercayaan pada kafe Halara dengan melalui GoFood dikarenakan terdapat keluhan pembeli yang memesan kue pada kafe Halara melalui GoFood akan tetapi produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan. Selain itu, terdapat keluhan yang mengatakan bahwa pesanan yang terlalu lama, hal ini dikarenakan kafe Halara harus menyiapkan pesanan terlebih dahulu sebelum diberikan kepada *driver*. Oleh karena itu, diharapkan kepada kafe Halara untuk dapat meningkatkan kepercayaan yang diberikan kepada pembeli melalui GoFood agar dapat meningkatkan minat beli pada kafe Halara.

Permasalahan dalam meningkatkan minat beli pada kafe Halara melalui GoFood selanjutnya yaitu kemudahan penggunaan dalam penggunaan aplikasi GoFood, akan tetapi masih terdapat keluhan yang dimana berdasarkan data yang

diperoleh langsung pada Play Store diperoleh keluhan mengenai penggunaan aplikasi sebagai berikut:



Gambar 1.1 Keluhan Penggunaan Aplikasi GoFood

Sumber: Play Store (2023)

Mengacu dalam gambar 1.1 dengan tertera diatas, dapat dalam diketahui bahwasanya aplikasi GoFood belum seutuhnya dapat memberikan kemudahan penggunaan dalam mengoperasiannya, hal ini terbukti masih terdapat mengeluhkan terhadap aplikasi GoFood, dimana terdapat pengguna mengeluhkan tentang Maps yang tidak bisa menyesuaikan titik alamat yang dituju, hal ini tentu saja membingungkan *driver* dalam pengantaran makanan dikarenakan titik pengantaran yang tidak sesuai pada aplikasi. Selain itu, terdapat juga mengeluhkan dengan kualitas aplikasi yang lambat dalam mengoperasiannya dikarenakan kualitas dari aplikasi yang tidak memadai sehingga pelanggan terhambat dalam memesan pada GoFood.

Permasalahan dalam meningkatkan minat beli pada kafe Halara melalui GoFood selanjutnya yaitu promosi, dimana berdasarkan data yang diperoleh langsung pada aplikasi GoJek diperoleh jenis promosi yang ditawarkan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jenis Promosi GoFood

No	GoFood
1	Extra Cashback Gopay Coint s.d 40rb
2	Diskon makanan 35%, maks. 100rb. Min order 200rb
3	Diskon 70% min order Rp.25.000 dengan diskon maksimal Rp.20.000
4	Diskon ongkos kirim hingga Rp.6000

Sumber: GoJek (2023)

Mengacu dalam tabel 1.1 dengan tertera diatas, dapat dalam mengetahui bahwasanya GoFood telah memberikan banyak penawaran promosi yang diberikan. Akan tetapi promosi yang diberikan memiliki kelemahan dimana promosi yang diadakan GoFood hanya pada waktu tertentu saja, hal ini dikarenakan GoFood menawarkan promosi yang berbeda setiap periodenya. Selain itu, promosi dianggap kurang menarik, hal ini dikarenakan potongan harga pada diskon yang diberikan GoFood hanya dengan minimal order pada harga tertentu saja. Oleh karena itu, diharapkan kepada GoFood agar dapat memberikan promosi yang lebih menarik lagi hal ini bertujuan agar menarik perhatian konsumen serta dapat mendorong konsumen untuk melakukan minat beli.

Minat beli pada kafe Halara dengan melalui GoFood masih tergolong rendah, hal ini dibuktikan berdasarkan data yang diperoleh melalui transaksi kafe Halara pada Juni tahun 2022 sampai dengan Januari, ditunjukkan dibawah ini:

Tabel 1.2 Jumlah Transaksi Pada Kafe Halara

No	Bulan	Tahun	Jumlah Transaksi	Kenaikan / Penurunan	Persentase
1	Juni	2022	44		
2	Juli	2022	40	-4	-9.09
3	Agustus	2022	29	-11	-27.50
4	September	2022	27	-2	-6.90
5	Oktober	2022	32	5	18.52
7	Desember	2022	32	1	3.23
8	Januari	2023	27	-5	-15.63
Jumlah Transaksi			262	-	-

Sumber: Kafe Halara (2023)

Mengacu dalam tabel 1.2 dengan tertera diatas, dapat dalam mengetahui bahwasanya jumlah transaksi pada kafe Halara mdengan melalui aplikasi GoFood banyak mengalami penurunan, yang dimana pada bulan Juli sampai dengan September tahun 2022 jumlah transaksi terus mengalami penurunan. Akan tetapi pada bulan Oktober 2022 terjadi kenaikan transaksi, yang kemudian menurun pada November 2022, kemudian terjadi kenaikan kembali pada Desember 2022 dan terjadi penurunan kembali pada Januari 2023. Penurunan minat beli pada kafe Halara dikarenakan perubahan perilaku pembeli terhadap permasalahan yang belum seutuhnya dapat terselesaikan pada aplikasi GoFood.

Dengan adanya latar belakang yang menjelaskan tentang permasalahan yang telah dapat diterterakan diatas, bahwasanya peneliti dapat tetarik dalam meneliti dengn judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Melalui Go Food (Studi Kasus Di Kafe Halara)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam uraian permasalahan dengan tertera dilatar belakang, maka dalam identifikasi masalah dapat menjelaskan seperti dibawah ini:

1. Terdapat keluhan pembeli yang memesan kue pada kafe Halara melalui GoFood akan tetapi produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan.
2. Pesanan yang dipesan oleh pembeli terlalu lama sampai membuat pembeli meragukan kepercayaan pada kafe Halara.
3. Maps pada aplikasi GoFood yang tidak bisa menyesuaikan titik alamat yang dituju.

4. Kualitas dari aplikasi GoFood yang terlalu lambat dalam mengoperasiannya aplikasinya.
5. Promosi yang diadakan GoFood hanya pada waktu tertentu saja dikarenakan GoFood menawarkan promosi yang berbeda setiap periodenya.
6. Potongan harga pada diskon yang diberikan GoFood hanya dengan minimal order pada harga tertentu saja.
7. Minat beli pada kafe Halara dengan melalui aplikasi GoFood masih tergolong rendah.
8. Jumlah transaksi Juni 2022 sampai dengan 2023 pada kafe Halara melalui GoFood banyak mengalami penurunan.

1.3 Batasan Masalah

Agar kajian lebih dapat terarah, maka memerlukan batasan masalah dalam cakupan seperti penyampaian dibawah ini:

1. Variabel bebas pada penelitian ini meliputi kepercayaan, kemudahan penggunaan dan promosi serta pada variabel terikat meliputi minat beli.
2. Pembeli kafe halara yang membeli pada aplikasi Go Food pada tahun 2023 yang akan dijadikan responden pada penelitian ini.

1.4 Rumusan Masalah

Dalam uraian sebelumnya, masalah yang dapat dirumuskan seperti pada penyampaian dibawah ini:

1. Bagaimanakah kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen melalui Go Food?

2. Bagaimanakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen melalui Go Food?
3. Bagaimanakah promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen melalui Go Food?
4. Bagaimanakah kepercayaan, kemudahan penggunaan dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen melalui Go Food?

1.5 Tujuan Penelitian

Adanya penjelasan rumusan masalah dengan tertera diatas, mak tujuan yang hendak diteliti seperti penjelasan dibawah ini:

1. Untuk menganalisis kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen melalui Go Food.
2. Untuk menganalisis kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen melalui Go Food.
3. Untuk menganalisis promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen melalui Go Food.
4. Untuk menganalisis kepercayaan, kemudahan penggunaan dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen melalui Go Food.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Secara Teoritis

Temuan dalam kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan yang baru, serta menekankan pentingnya berbagai strategi pemasaran

seperti kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan promosi. Penelitian ini juga berpotensi menjadi landasan bagi penelitian masa depan, terutama dalam konteks penelitian yang fokus pada subjek yang sama.

1.6.2 Secara Praktis

1. Bagi Peneliti

Penemuan dalam kajian ini sebagai manfaat untuk peneliti yang dapat menyumbangkan pengetahuan yang sedang diteliti dengan melalui ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen melalui Go Food

2. Bagi Perusahaan

Penemuan dalam kajian ini dengan diharapkan bermanfaat bagi Gojek dalam menentukan bagaimana kepercayaan, kemudahan penggunaan dan promosi yang memengaruhi minat beli konsumen untuk melakukan pembelian kembali setelah menggunakan Go Food.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Penemuan dalam kajian ini dengan diharapkan memberikan kontribusi yang berharga bagi perpustakaan Universitas Putera Batam, terutama dalam konteks jurusan manajemen. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk membandingkan dengan penelitian sebelumnya.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti berharap temuan ini dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti berikutnya yang akan menginvestigasi pengaruh kepercayaan, kenyamanan

penggunaan, dan strategi promosi terhadap minat pembelian konsumen pada platform Go Food.