

BAB I

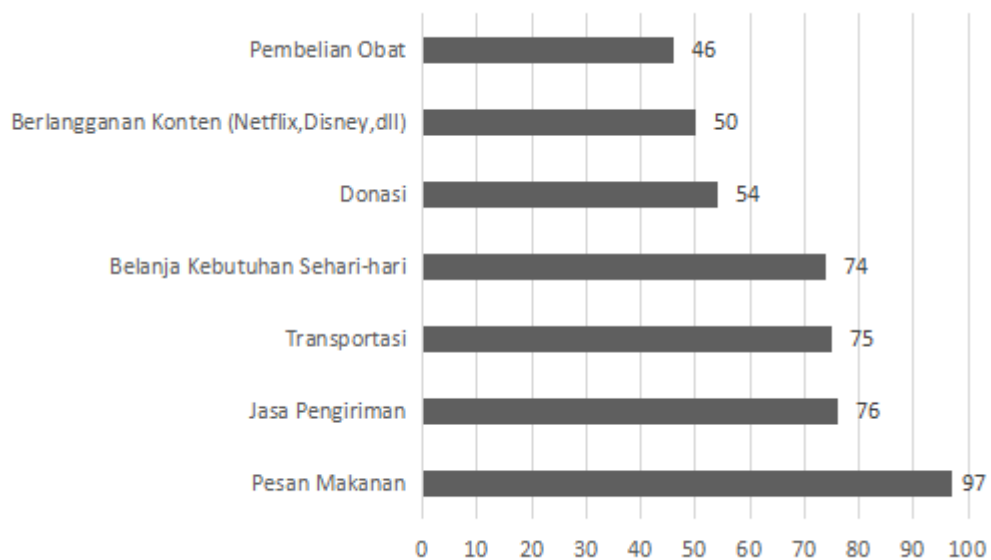
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi seiring berjalannya waktu mengalami kemajuan yang sangat pesat. Penggunaanya, baik tua maupun muda, dapat menggunakan teknologi yang ada kapanpun dan dimanapun. Setelah berkembangnya teknologi dan internet, terjadi perubahan yang sangat besar dalam kehidupan seseorang. Teknologi dan internet berkembang pesat setiap hari (Tirtayasa dkk, 2021). Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut tentunya memberikan manfaat dan kemudahan bagi kita dalam melaksanakan aktivitas harian. Kemajuan teknologi mengakibatkan efek yang sangat signifikan dalam kehidupan, kegiatan yang biasa dapat dilakukan dengan manual pun dapat dilakukan secara digital. Hal ini tentu lebih mempermudah manusia dalam melakukan aktivitasnya.

Kemajuan teknologi saat ini dapat kita rasakan dalam berbagai sektor seperti komunikasi, hiburan, pendidikan, perdagangan, dan sebagainya. Penggunaan teknologi tersebut juga berdampak pada bisnis yang ada, baik dari sisi pemilik usaha maupun dari konsumen. Fenomena menjual maupun membeli makanan menggunakan media komunikasi digital beberapa waktu belakangan ini cukup tinggi, salah satu aplikasi yang digunakan yaitu Gojek.

Wijiastuti, dkk (2021) mengatakan bahwa Gojek sendiri merupakan suatu aplikasi yang menyediakan layanan antar jemput penumpang, baik itu menggunakan mobil maupun motor. Setelah sukses dengan layanan ojek *online*, Gojek lantas melakukan terobosan-terobosan dan inovasi-inovasi terbaru untuk meningkatkan mutu pelayanannya dan memenuhi kebutuhan pelanggan agar konsumen tetap loyal. Salah satu terobosannya adalah meluncurkan fitur-fitur terbaru yaitu fitur layanan pesan antar makanan atau yang biasa disebut GoFood. GoFood sendiri merupakan fitur *food delivery* seperti *delivery order* yang sudah ada di rumah makan/restoran yang sudah pernah ada sebelumnya. Cukup dengan menggunakan *smartphone* dan membuka aplikasi Gojek lalu memilih fitur GoFood, konsumen dapat memesan makanan maupun minuman di restoran atau rumah makan yang telah bekerjasama dengan Gojek (Teddy, 2020).



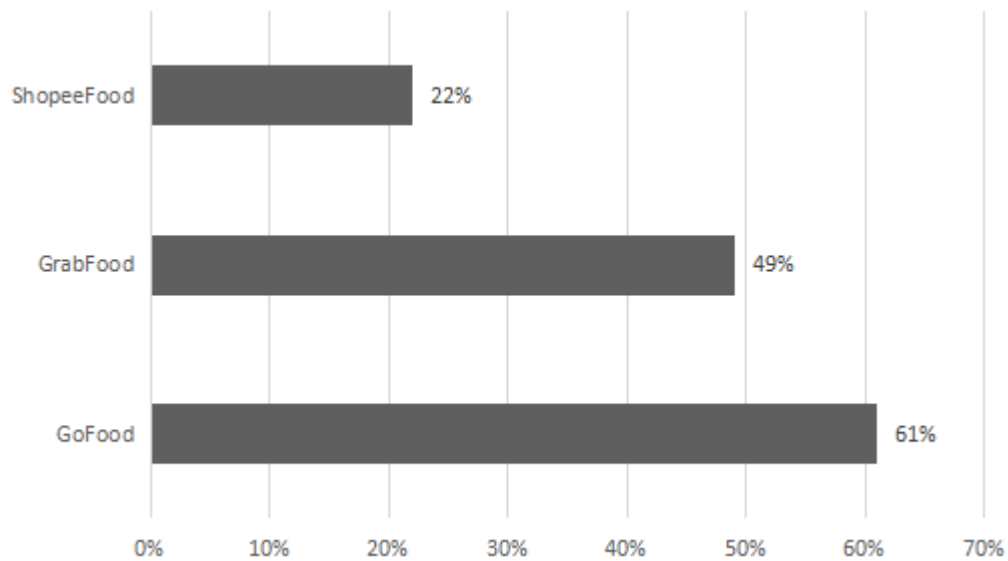
Sumber : databoks.katadata.co.id (2020)

Gambar 1. 1 Data Pengeluaran Digital

Riset Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) mencatat sebesar 97% pengeluaran digital selama pandemi yaitu corona digunakan untuk memesan makanan dan minuman *online*. Riset dilakukan menggunakan metode survey secara *online* pada bulan September 2020 terhadap 4.199 orang responden aktif pengguna layanan Gojek selama sebulan terakhir. Ozturk (2020) juga mengatakan bahwa pelanggan telah menunjukkan pola pembelian dan volume pembelian yang berbeda selama pandemi Covid-19. Perbedaan ini terutama terlihat pada makanan, termasuk yang berasal dari *food court* dan restoran.

Banyak faktor yang menyebabkan konsumen menggunakan fitur GoFood dalam memesan makanan maupun minuman. Puspita (2020) mengatakan bahwa belanja *online* merupakan sebuah efisiensi dalam pencarian (waktu, tenaga, dan biaya). Menggunakan layanan pesan antar makanan tentunya dapat menghemat waktu, tenaga, maupun biaya. Konsumen tidak perlu lagi pergi ke restoran untuk membeli makanan/minuman, semuanya selesai cukup dengan aplikasi yang ada pada *smartphone*. Menurut Veronika (2013) umumnya konsumen membeli secara *online* didominasi oleh pembeli yang berusia antara 18-40 tahun dan sudah terbuka terhadap teknologi dan juga media sosial.

Dalam hal ini banyak orang yang bekerja dapat mengefisienkan waktu, tenaga, maupun biayanya seperti pekerja kantoran, mereka sangat terbantu dengan penggunaan layanan pesan antar makanan dalam memesan makanan/minuman. Disaat sedang melakukan pekerjaan pun makanan dapat datang tanpa perlu meninggalkan pekerjaan disaat yang bersamaan.



Sumber : Tempo.co (2021)

Gambar 1. 2 Aplikasi Pesan Antar Makanan Terpopuler

Hasil riset daripada Foodizz Academy dan juga lembaga survey Deka Insight ditahun 2021, GoFood menduduki peringkat pertama daftar layanan pesan antar makanan yang paling banyak digunakan di Indonesia. Dari 748 responden yang telah dilibatkan pada penelitian, yang memilih menggunakan GoFood sebanyak 61%. Lalu diikuti dengan GrabFood ada sebanyak 49%, dan terakhir ShopeeFood sebesar 22%. Ada juga riset lain yang dilakukan lembaga survey CLSA, 35% masyarakat lebih memilih aplikasi GoFood sebagai layanan pesan antar makanan yang banyak digunakan di Indonesia.

Akan tetapi dengan tingginya pengguna GoFood tersebut tidak dapat lepas dari berbagai kasus kejahatan. Salah satunya yaitu terdapat kasus penipuan yang dilakukan oleh driver GoFood terhadap customernya. Dirilis oleh liputan6.com, kasus ini terjadi pada tanggal 7 Januari 2020 yang mana sang driver menipu

customernya yang mengakibatkan kerugian sebesar Rp. 5 juta. Hal ini juga menjadi salah satu alasan bagi peneliti untuk meneliti kepuasan dari pengguna GoFood.

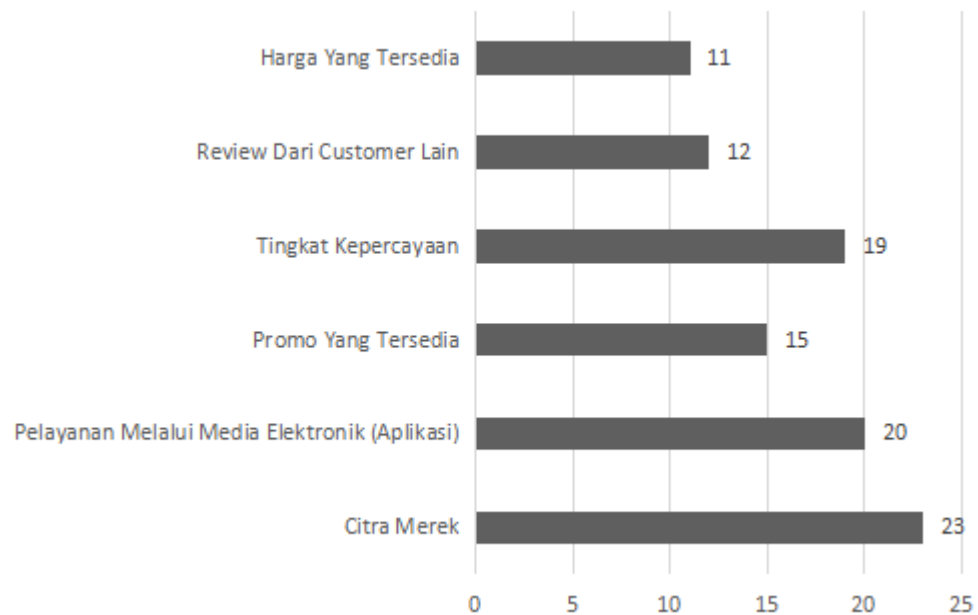
Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori kepuasan. Indrasari (2019) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan agar tetap bertahan dalam usahanya, baik untuk usaha yang menjual produk maupun jasa. Hal ini selaras dengan teori yang diangkat pada penelitian ini yaitu teori kepuasan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Diantara faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menjaga kualitas pelayanan bertujuan agar konsumen merasa nyaman. *E-Servqual* sendiri merupakan pengembangan kualitas layanan yang muncul dari interaksi antara konsumen dan bisnis melalui media elektronik (*website* atau aplikasi), yang bertujuan untuk menyampaikan kesan dan pengalaman secara efektif dan efisien (Putra & Dewi, 2019). Oleh karena itu, kualitas layanan terkait belanja *online* dinilai baik (*e-service quality*) oleh operator belanja *online* untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang baik (Putra & Dewi, 2019). GoFood adalah layanan pesan antar makanan dari Gojek. Dengan mendukung layanan yang diberikan kepada konsumen GoFood, konsumen selanjutnya merasa puas dengan apa yang telah mereka terima.

Selain itu, kepercayaan konsumen dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepercayaan juga terkait dengan kepuasan konsumen, semakin tinggi kepercayaan konsumen, semakin tinggi pula kepuasan konsumen (Kasinem, 2020). Dalam hal ini, dalam bisnis pesan antar makanan, kepercayaan terhadap penyedia jasa merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. GoFood sendiri tentunya harus menjaga kepercayaan konsumen terhadap layanannya. Menjaga hubungan dengannya tentu akan mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri.

Citra merek juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Citra merek adalah citra atau sesuatu yang tertanam dalam benak konsumen. Semakin baik konsumen mempersepsikan citra merek perusahaan, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Sebaliknya jika konsumen mengalami citra produk yang buruk maka kepuasan konsumen juga akan menurun (Hartono & Wahyono, 2015). Dalam hal ini tentunya *brand image* GoFood harus dijaga oleh Gojek agar tetap baik. Hal ini dikarenakan *brand image* itu sendiri sudah tertanam dalam benak konsumen terhadap *brand* tersebut. Tentu saja, jika citranya bagus, hal ini juga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Untuk mendapatkan gambaran awal tentang kepuasan konsumen terhadap layanan pesan antar makanan, penulis mencoba melakukan survey kepada 30 orang responden dengan hasil sebagai berikut :



Sumber : Data Primer (2023)

Gambar 1. 3 Data Survey Awal

Dari gambar diatas, terdapat 3 faktor yang lebih mendominasi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu pelayanan melalui media elektronik (*e-service quality*), tingkat kepercayaan (*trust*), dan citra merek (*brand image*) dari GoFood itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dan fenomena yang telah terjadi saat sekarang serta telah dilakukannya survey, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Customer Trust*, dan *Brand Image* Terhadap *Customer Satisfaction* Dalam Menggunakan Layanan Pesan Antar Makanan (Studi Pada Pengguna GoFood Di Kota Padang)”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna GoFood?
2. Bagaimana pengaruh *Customer Trust* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna GoFood?
3. Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna GoFood?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dalam menggunakan layanan pesan antar makanan
2. Mengetahui pengaruh *Customer Trust* terhadap *Customer Satisfaction* dalam menggunakan layanan pesan antar makanan
3. Mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* dalam menggunakan layanan pesan antar makanan

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat ilmiah dari penelitian ini ditujukan untuk memahami perilaku konsumen dan diharapkan dapat menambah pengetahuan serta mendukung peningkatan *e-service quality*, *customer trust*, dan *brand image* terhadap *customer satisfaction* pada layanan pesan antar makanan GoFood. Di sisi lain penelitian ini juga berfungsi sebagai referensi bagi para peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan konsep serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan suatu pemikiran baru kepada perusahaan Gojek terutama bagi para driver GoFood terhadap *e-service quality*, *customer trust*, dan *brand image* terhadap *customer satisfaction*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini yaitu mengkaji pengaruh *e-service quality*, *customer trust* dan *brand image* terhadap *customer satisfaction* dalam menggunakan layanan pesan antar makanan (studi pada pengguna GoFood di Kota Padang)”

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas berbagai teori yang berkaitan dengan masalah yang diangkat, rangkuman penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis dan sumber data, serta teknis analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai pengelolaan data, analisis data dan pembahasan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan membahas bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran pada penelitian.