

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era abad 21 biasanya dianggap sebagai era teknologi. Teknologi saat ini memainkan peran yang sangat penting dalam hidup kita karena teknologi membuat pekerjaan kita lebih mudah dan lebih hemat waktu Raja & Nagasubramani (2018). Anak-anak dan orang dewasa menggunakan teknologi setiap hari melalui penjelajahan Internet, pesan teks, media sosial, *game*, dan banyak hal lainnya. Costley (2014). Dengan teknologi informasi yang terus bergerak, bisnis yang berbasis teknologi dapat diartikan sebagai bisnis yang terlibat dalam produk yang terkait dengan teknologi, proses, dan layanan. Salah satu bidang ekonomi yang terlihat pertumbuhannya sangat signifikan adalah yang teknologi baru yang berfokus pada produk dan layanan dan hal ini dianggap sebagai sumber utama kemakmuran ekonomi dimasa depan dan pertumbuhan lapangan kerja (Nikoloski, 2014).

Social influence ini juga salah satu faktor yang akan mempengaruhi *lifestyle* yang menurut pengamatan pra penelitian sebagian mahasiswa memiliki kecenderungan mengkonsumsi sesuatu secara kurang rasional, hal ini terjadi karena pengaruh *lifestyle* yang dicontohkan di negara-negara maju, dimana pemilihan konsumsi tidak terkontrol lagi, konsumen tidak bisa membedakan mana kebutuhan pokok, mana kebutuhan mendesak, dan mana kebutuhan tidak pokok. Dan juga *social influence* memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan yang tanpa disadari perilaku masyarakat terkadang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya seperti keluarga, orang tua,

teman sekantor, ataupun tetangga sebelah rumah. Dengan adanya teknologi yang dapat mempermudah mendapatkan informasi melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dan lainnya maka sangat jelas bahwa pengaruh sosial akan menjadi faktor dominan yang mempengaruhi perilaku niat membeli seorang konsumen (Parubak et al, 2010).

Lifestyle menggambarkan bagaimana seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungannya Keller (2009), dan pada saat ini gaya hidup yang modern cenderung menyajikan dan menyediakan hal-hal yang serba praktis, ringkas, dan aktual. Dengan hal ini *lifestyle* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu semakin banyaknya masyarakat yang peduli dengan lingkungannya, *lifestyle* seseorangpun akan cenderung berubah. Hal ini jelas karena dipengaruhi oleh isu-isu yang berkembang dimasyarakat yang berkaitan tentang lingkungan disekitarnya (Kotler, Philip dan Keller, 2009).

Dampak dari kemajuan teknologi ini kita dapat bertransaksi melalui aplikasi serta membuat konsumen lebih mudah melakukan transaksi. Yang dimaksud dengan menggunakan aplikasi disini adalah uang elektronik, uang elektronik ini dapat diperoleh dengan cara menyetorkan uang terlebih dahulu kepada penerbit kemudian uang yang telah disetorkan tersebut akan dimasukkan kedalam media uang elektronik USMAN (2017). Teknologi berpengaruh sangat besar pada produktivitas suatu perusahaan Oliveira et al (2011) seperti transportasi online. Transportasi online merupakan salah satu inovasi layanan terkini dalam perdagangan seluler. Layanan transportasi online atau *itinerary sharing* merupakan layanan transportasi tersendiri dimana



pelanggan dapat melakukan pemesanan *itinerary* (mobil, motor), dan melalui aplikasi mobile, pengemudi dapat merespon pesanan melalui aplikasi yang memberikan banyak keuntungan, seperti dapat diketahui oleh karyawan dan pelanggan yang menggunakannya, serta lokasi masing-masing dan secara akurat melihat informasi pengemudi dan kendaraan, dan pelanggan dapat dengan mudah menemukan transportasi ke tempat lain (menghemat waktu). Manfaat ini membuat berbagai perjalanan lebih populer di komunitas perkotaan. Di Indonesia sendiri sudah ada layanan transportasi online populer seperti (Go-Jek Silalahi et al, 2017).

Go-Jek dari Indonesia didirikan oleh Nadiem Makarim pada 2010. Go-Jek merupakan aplikasi yang menggunakan jasa seseorang bukan hanya untuk transportasi motor dan mobil, tetapi bisa juga pesan antar makanan, mengirim barang, dan lainnya. Keberhasilan suatu bisnis tergantung dari kepuasan seorang pelanggan, perusahaan yang berhasil memenuhi kebutuhan pelanggan akan menempati peringkat pertama dalam urutan pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan harga produk berkualitas yang dapat menarik pelanggan dan menjaga hubungan jangka panjang dengan mereka Maharjan & Khadka Kabu (2017). Serta untuk meningkatkan kepuasan pelanggan juga untuk menarik pelanggan baru (Susanto et al, 2016).

Pada bulan Maret tahun 2020, Indonesia dikejutkan dengan wabah virus (COVID-19) yang mulai mengancam kesehatan masyarakat. Pemerintah memberlakukan kebijakan dan peraturan untuk mengantisipasi dan mengurangi jumlah kenaikan penderita virus (COVID-19) di Indonesia dan sudah dilakukan di seluruh daerah. Pencegahan tersebut bisa dengan 3M (masker,



mencuci tangan dan menjaga jarak). Dengan kebijakan *social distancing* atau *physical distancing* dengan menjaga jarak minimal satu meter dengan orang lain, tidak melakukan kegiatan di luar rumah tanpa ada urusan yang penting, melakukan kegiatan sekolah secara daring di rumah dan pemberlakuan kerja di rumah atau *work from home*. Upaya menaati pemberlakuan yang ditetapkan pemerintah, Go-Jek mendukung gerakan #dirumahaja sebagai salah satu cara untuk melindungi keluarga atau masyarakat dengan menjaga jarak atau *social distancing* ketika berada di kerumunan atau dalam aktivitas yang melibatkan banyak orang dalam waktu bersamaan demi keselamatan bersama. Go-Jek juga mengeluarkan kebijakan baru dalam upaya mencegah penyebaran virus (COVID-19) melalui bentuk komunikasi di fitur layanan Go-Food, Go-Mart, dan Go-Shop. Dari semua layanan yang dimiliki Go-Jek, hanya 3 layanan yang mendapat suara responden. Go-Food yakni layanan pesan antar makanan dari Go-Jek menjadi pilihan utama dengan 10 suara, diikuti dengan Go-Ride dengan 3 suara, Go-Car dengan 2 suara. Dari pra-survei yang dilakukan maka akan dilakukan penelitian seputar layanan Go-Food atas dasar banyaknya suara dari responden. Faktor pendorong responden untuk menggunakan Go-Food yang dipilih responden ada 3 faktor yaitu:

1. Go Food mempermudah dalam pembelian makanan.
2. Adanya Covid-19 untuk menghindari keramaian.
3. Keadaan cuaca, baik itu hujan deras maupun panas yang berlebihan.

Hasilnya akan digunakan sebagai penunjang dalam melakukan penelitian ini. Dari semua kota dengan operasional Go-Food, kota Sukabumi, Samarinda,

Balikpapan, Padang, dan Cirebon adalah lima kota dengan pertumbuhan transaksi makanan paling tinggi di Indonesia. Konsumen yang melakukan pelayanan pesan antar makanan secara *online* berasal dari berbagai kalangan seperti karyawan, wiraswasta, pelajar atau mahasiswa, dan lainnya. Mahasiswa adalah orang-orang yang biasanya peka dan selalu mengikuti trend yang ada. Hal ini kemudian menjadikan *online food delivery service* sangat diminati dikalangan mahasiswa, sebab mahasiswa selalu ingin mengikuti trend dan kemudahan pembelian dalam memesan makanan secara *online*. Dalam hal fungsi dan kegunaan mahasiswa menganggap bahwa dengan menggunakan aplikasi Go-Jek pada layanan Go-Food dapat menambah produktifitas. Mahasiswa dapat mengerjakan tugas tanpa harus memikirkan keluar dari tempat tinggalnya untuk mencari makanan. Dan dengan ini mahasiswa tinggal memakai aplikasi Go-Jek yang ada di *smartphone* masing-masing. Berdasarkan riset id *times* (2019) pengguna *online food delivery service* mayoritas berasal dari kalangan milenials. Fenomena yang terjadi bahwa sebanyak 44,2 persen dari pengguna *online food delivery services* berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa yang justru belum memiliki penghasilan sendiri. Mahasiswa, diumur yang mulai dewasa mendapatkan banyak faktor yang bisa mempengaruhi mereka dalam menentukan keputusan, dan juga mahasiswa sangat mudah terpengaruh dengan gaya hidup orang lain. Contohnya pada saat memutuskan untuk membeli makanan secara *online* melalui layanan Go-Food.

Dan kini Go-Food banyak digunakan oleh masyarakat dan juga mahasiswa di Padang. Bagi orang yang berada di tengah kesibukan kota, layanan *online food delivery* ini adalah pilihan yang paling nyaman setelah

seharian bekerja di tengah kesibukan kota yang ada Chai & Yat (2019). Go-Food adalah fitur yang paling banyak digunakan untuk memesan makanan. Biasanya mahasiswa menggunakan fitur ini karna keadaan cuaca, baik itu hujan deras maupun panas yang berlebihan, dan faktor lain yang menyebabkan para mahasiswa menggunakan fitur Go-Food adalah karna kemalasan yang melanda akibat dari kemudahan dan kemajuan teknologi tersebut, dan dengan adanya wabah (COVID-19) di Indonesia pada saat ini memang lebih baik disarankan untuk menggunakan aplikasi dari pada harus berkerumunan di keramaian untuk menghindari kontak secara langsung dengan orang lain serta mencegah penularan lebih luas wabah virus (COVID-19) karena pada aplikasi Go-Food kita bisa menerapkan fitur chat untuk berkomunikasi dengan *driver* yaitu “tolong taruh didepan pintu atau pagar, dan kabari ya kalo sudah sampai” sehingga sangat meminimalisir penyebaran wabah virus (COVID-19). Berdasarkan konten di atas maka peneliti akan memahami dampak pengaruh *social influence* dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian makanan secara *online* pada mahasiswa di Universitas Andalas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang ada maka peneliti mengambil rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap keputusan pembelian makanan secara *online* pada mahasiswa Universitas Andalas?
2. Bagaimana pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian makanan secara online pada mahasiswa Universitas Andalas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap keputusan pembelian makanan secara *online* pada mahasiswa Universitas Andalas
2. Untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian makanan secara online pada mahasiswa Universitas Andalas

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi praktisi

Melalui penelitian ini, perusahaan yang tergabung dalam aplikasi pengiriman online dapat menambah pengetahuannya tentang perilaku konsumen dan dapat mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat masa depan dalam menggunakan aplikasi pengiriman online khususnya di lingkungan Universitas Andalas.

2. Bagi akademisi

Penulis berharap melalui penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta pengalaman untuk penulis, terutama mengenai dampak kemunculan aplikasi *delivery online* bagi perilaku mahasiswa Universitas Andalas dalam pemanfaatan teknologi tersebut.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, penulis memberi batas untuk ruang lingkup penelitian agar terhindar dari perluasan pembahasan yang dilakukan hanya untuk konsumen yang menggunakan aplikasi *delivery online* Go-Food di Universitas Andalas.



1.6 Sistematika Penulisan

Untuk meringkas penelitian, sistem penulisan dibuat untuk menginformasikan materi dan masalah yang dibahas di setiap bab. Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, pertanyaan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan literatur

Bab ini berisi teori-teori yang dapat mendukung penelitian ini. Bab ini juga akan membahas penelitian sebelumnya, hipotesis penelitian dan kerangka konseptual.

BAB III : Metode penelitian

Meliputi desain penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan pembahasan

Kesimpulan dan saran bab ini membahas mengenai hasil rekapitulasi data dan hasil dari pengujian spss dari jawaban responden.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang diambil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan saran-saran kepada penulis.

