

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, pengguna *smartphone* tahun 2018 sudah mencapai lebih dari 100 juta orang (*Kementerian Komunikasi dan Informatika*, 2018). *Smartphone* saat ini telah menjadi teknologi yang selalu digunakan oleh orang-orang, salah satu contoh penggunaan *smartphone* yang dapat digunakan oleh *user* adalah berkomunikasi (*chatting* dan telepon), *streaming* (menonton video dan mendengarkan lagu), *surfing* (menjelajah *internet* menggunakan *browser*), melihat berita dan mencari informasi terbaru dari seluruh dunia. Kemunculan aplikasi Go-Jek di Indonesia sangat berpengaruh karena terbukanya lapangan pekerjaan, menghemat waktu, biaya perjalanan sudah ditentukan aplikasi, dan meningkatkan perekonomian Negara Indonesia (*Dampak Nyata Kehadiran GO-JEK Terhadap Perekonomian Nasional Di Indonesia | Warung Sains Teknologi*, no date; Esfandari, 2015).

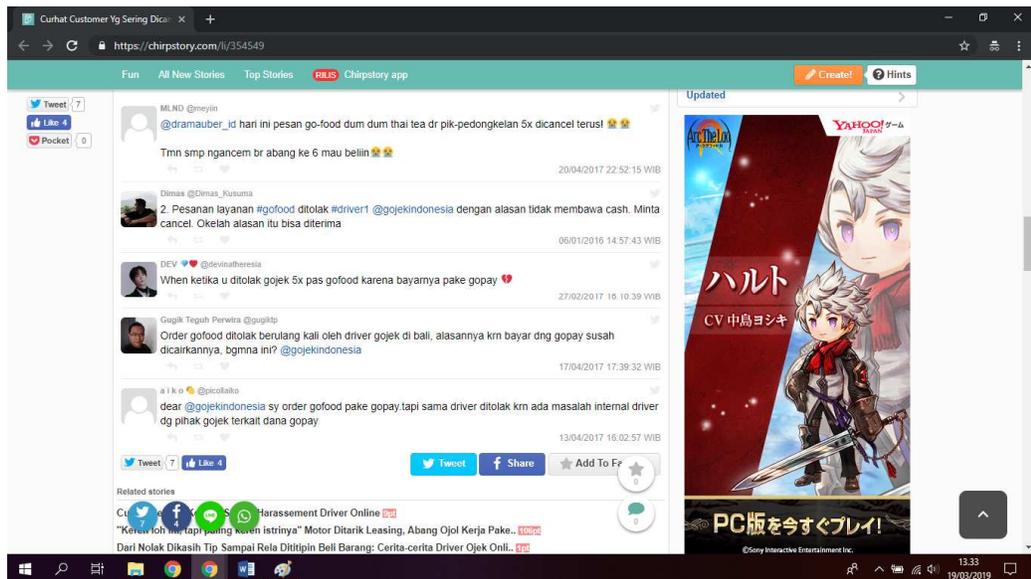
Pengguna *smartphone* di Indonesia banyak yang mempunyai aplikasi Go-Food untuk berbagai macam kebutuhan seperti Go-Food untuk memesan makanan, Go-Ride untuk meng-*order* layanan ojek online, dan Go-Send untuk mengirimkan barang (Esfandari, 2015). Pemesanan makanan menggunakan jasa Go-Food dibatasi dengan jarak maksimal adalah 25 kilometer (*FAQ | Layanan - GO-FOOD | GO-JEK Indonesia*, no date).

Pengguna *smartphone* yang berada di Indonesia pada saat sibuk atau tidak ingin keluar rumah, mereka akan memesan makanan secara online. Sudah banyak restoran yang bergabung atau menjadi *partner* Go-Food yang memudahkan *customer* untuk memesan makanan. Sistem Go-Food akan mencari *driver* terdekat dari restoran dan *customer* hanya menunggu hingga pesanan diantarkan ketujuan. Go-Food sudah bekerjasama dan memiliki *partner* sebanyak 125.000 *merchant* (*GO-JEK Indonesia | GO-FOOD Join as a Seller | Business*, no date).



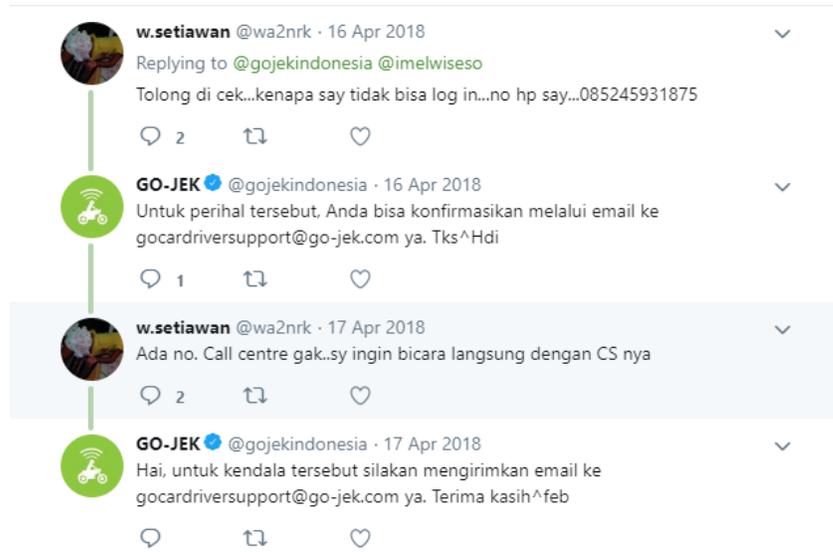
Gambar 1.1 Permasalahan *Top-up* Saldo Go-Pay

Pada Gambar 1.1, merupakan seorang pengguna aplikasi Go-Jek yang tidak mendapat saldo setelah melakukan *top-up* dan menghubungi layanan *customer service*.



Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Go-Food

Gambar 1.2 merupakan keluhan dari para pengguna Go-Food yang memesan makanan tetapi banyak *driver* yang sengaja membatalkan pesanan dengan berbagai alasan.



Gambar 1.3 Keluhan Pengguna Menggunakan Twitter

Pada Gambar 1.3 adalah keluhan pengguna yang menghubungi Go-Jek menggunakan sarana aplikasi twitter, pengguna aplikasi Go-Jek yang meminta nomor *call center* untuk berbicara dengan *customer service* hanya diberikan alamat *e-mail* dibandingkan nomor *call center* oleh admin Go-Jek.



Gambar 1.4 Keluhan Pengguna Yang Sulit Menghubungi Call Center

Berikut ini merupakan pengguna aplikasi Go-Jek yang memberikan keluhan karena tidak dapat *log-in* ke dalam aplikasi, dan diharuskan datang ke

kantor Go-Jek setelah itu pengguna meminta nomor *call center* tetapi dibalas oleh *admin* Go-Jek sekian lama.



Gambar 1.5 Pelanggan Yang Sulit Menghubungi Call Center

Pada Gambar 1.5, beberapa orang kesulitan untuk menghubungi *Call Center* dan tidak ada tanggapan dari *admin* Go-Jek.



Gambar 1.6 Attitude Dari Driver Saat Melayani Customer

Gambar 1.6 merupakan bukti dari obrolan antar *customer* dengan *driver* Go-Jek yang tidak menggunakan *attitude* dengan baik.



Gambar 1.7 Salah Satu Attitude Dari Driver Ketika Menerima Pesanan

Gambar 1.7 menjelaskan bahwa ada sebagian *driver* yang tidak menggunakan *attitude* berbicara dengan baik saat melayani *customer*.



Gambar 1.8 Attitude Dari Driver Saat Memesan Go-Food

Pada Gambar 1.8, *driver* Go-Food masih kurang dalam hal berkomunikasi dengan *customer* dan kurangnya pelatihan atau *training* untuk *driver* dalam menjaga nama baik perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan evaluasi kualitas pelayanan dari Go-Food untuk dapat mengetahui tingkat kepercayaan *customer* dalam memesan makanan. Penulis memerlukan data untuk mengetahui kualitas pelayanan dari Go-Food kepada *customer*. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui kondisi masyarakat terhadap penggunaan aplikasi Go-Food, dan penulis ingin menghubungkan aspek-aspek yang ada pada *E-Service Quality*.

1.2 Identifikasi Masalah

Rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi *customer loyalty* pada pemesanan makanan menggunakan *E-Service Quality* pada aplikasi Go-Food.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah:

1. Pengguna aplikasi Go-Food.
2. Dalam penelitian ini, faktor yang mempengaruhi aplikasi Go-Food adalah: *Efficiency, System Availability, Fulfillment, Privacy, Responsiveness, Contact*, dan *Loyalty*.
3. Penelitian ini menggunakan *E-Service Quality* sebagai model penelitian dan menggunakan metode analisis *Structural Equation Model* (SEM) dan menggunakan aplikasi *Smart Partial Least Squares* (SmartPLS 3.2.8) untuk menentukan hubungan antar variabel pada model.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *customer loyalty* dalam menggunakan aplikasi Go-Food.
2. Menganalisis bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan Go-Food kepada *customer*.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Perusahaan Go-Jek

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi kepada Go-Jek mengenai faktor-faktor *E-Service Quality* yang membuat *customer* menggunakan aplikasi Go-Food sehingga dapat dijadikan usulan dalam perbaikan kualitas layanan pada aplikasi Go-Food.

2. Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman peneliti mengenai objek penelitian *E-Service Quality* serta untuk pengembangan selanjutnya pada kualitas pelayanan Go-Food.

3. Pembaca

Dengan hasil penelitian ini, dapat memberikan wawasan dan pemahaman pembaca tentang *E-Service Quality* aplikasi Go-Food.

1.5 Hipotesis

Menurut Wahyudi (2017:174), hipotesis dapat didefinisikan sebagai suatu pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan perlu dibuktikan atau dugaan yang sifatnya sementara (Wahyudi, 2017).

Hipotesis dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu:

- Hipotesis Penelitian
Suatu pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.
- Hipotesis Statistik
Suatu pernyataan dugaan yang disimbolkan dengan simbol statistik.

Berikut dijabarkan hipotesis-hipotesis dalam penelitian yang dilakukan:

H1. Faktor *efficiency* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

Pernyataan ini menjelaskan bahwa *efficiency* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H0. *Efficiency* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H1. *Efficiency* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H2. Faktor *system availability* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

Pernyataan ini menjelaskan bahwa *system availability* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H0. *System availability* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H1. *System availability* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H3. Faktor *fulfillment* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

Pernyataan ini menjelaskan bahwa *fulfillment* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H0. *Fulfillment* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H1. *Fulfillment* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H4. Faktor *privacy* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

Pernyataan ini menjelaskan bahwa *privacy* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H0. *Privacy* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H1. *Privacy* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H5. Faktor *responsiveness* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

Pernyataan ini menjelaskan bahwa *responsiveness* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H0. *Responsiveness* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H1. *Responsiveness* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H6. Faktor *compensation* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

Pernyataan ini menjelaskan bahwa *compensation* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H0. *Compensation* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H1. *Compensation* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H7. Faktor *contact* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

Pernyataan ini menjelaskan bahwa *contact* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H0. *Contact* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

H1. *Contact* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Go-Food.

1.6 Metode Penelitian

Metodologi pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk mencari dan mengumpulkan informasi yang relevan dan mendukung penelitian melalui referensi dari buku-buku, jurnal, internet maupun *literature* lainnya.

2. Kuesioner

Peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan kepada pengguna aplikasi Go-Food.

1.7 Tinjauan Pustaka

Penelitian ini dibuat berdasarkan dari beberapa jurnal yang membahas tentang faktor penentu kualitas pelayanan Go-Food. Dalam mengevaluasi kualitas pelayanan Go-Food, peneliti telah mencoba melakukan pengukuran untuk menentukan faktor kualitas pelayanan Go-Food.

Variabel yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan Go-Food yakni efisiensi (*efficiency*), ketersediaan sistem (*system availability*), pemenuhan (*fulfillment*), privasi (*privacy*), responsif (*responsiveness*), kompensasi (*compensation*), kontak (*contact*), dan loyalitas (*loyalty*).

1.8 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini, akan dijelaskan sistematika penulisan serta garis besar isi dari tiap-tiap bab yang ada di dalam skripsi ini, yaitu:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bagian ini berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesis, metode penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika penulisan.

BAB 2: LANDASAN TEORI

Pada bagian ini menjelaskan dasar teori yang berisi penjelasan mengenai model penelitian dan variabel yang digunakan di dalam penelitian. Sumber yang digunakan berasal dari jurnal, buku, dan penelitian lain yang telah dilakukan.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Di bab ini, berisi profil perusahaan, cara mendapatkan dan menganalisis data untuk menguji hipotesis berdasarkan model yang diusulkan serta tahapan yang dilakukan untuk melakukan penelitian.

BAB 4: ANALISIS DAN BAHASAN

Bab ini berisi hasil analisis dan hal-hal yang menyangkut permasalahan dalam penelitian.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan yang di dapat dari hasil evaluasi penulis dan juga memberikan saran dan rekomendasi yang dapat digunakan perusahaan untuk pengembangan selanjutnya.