

BAB I

PENDAHULUAN

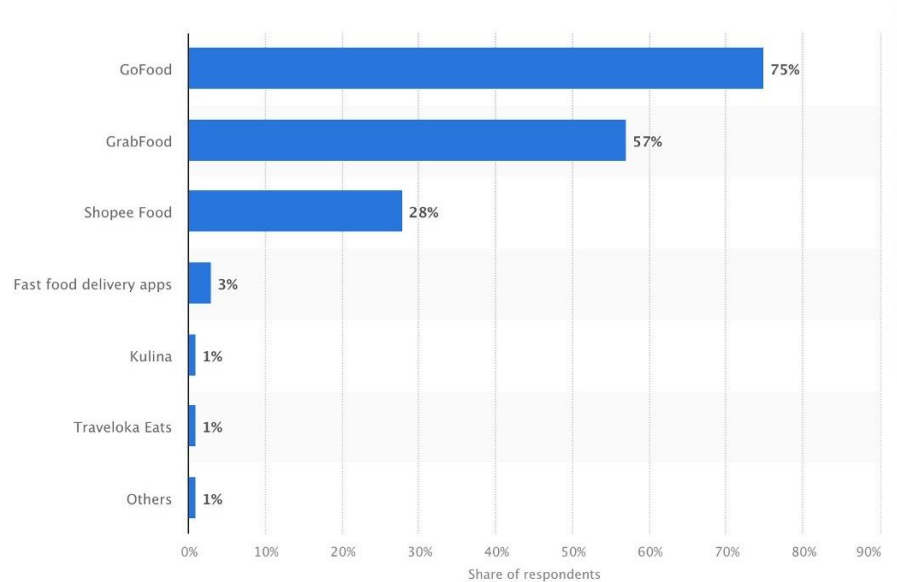
A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan internet saat ini menjadi salah satu cara yang dapat menunjang dan memudahkan pencarian berbagai informasi yang tersedia. Selain itu, perkembangan internet membawa peluang bagi produsen atau pengusaha untuk mengembangkan produk dan jasa yang mereka jual untuk menarik minat dan perhatian konsumen. Salah satu dampak nyata dari perkembangan internet adalah perubahan sistem jual beli yang ada saat ini, dimana sebelumnya transaksi jual beli dilakukan secara konvensional atau tatap muka, namun saat ini hal tersebut berubah dengan munculnya internet perdagangan elektronik.

Kehadiran *e-commerce* sendiri memudahkan kebutuhan sehari-hari sehingga waktu yang dibutuhkan dalam melakukan pembelian menjadi lebih efisien, dan dengan adanya *e-commerce* juga memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan dan hal ini menjadi salah satu alasan mengapa banyak masyarakat Indonesia yang lebih memilih untuk berbelanja *online* melalui aplikasi *e-commerce*. Adanya layanan pesan antar makanan dalam aplikasi seperti GoFood, memungkinkan konsumen untuk memesan makanan dari berbagai restoran dengan mudah dan cepat. Namun, dengan banyaknya pilihan yang tersedia, konsumen dihadapkan pada berbagai faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka, seperti *rating* dan harga.

Salah satu *e-commerce* yang membantu para UMKM menjual produknya adalah GoFood. GoFood adalah *platform* layanan pesan antar makanan dan minuman *online* yang didirikan di Indonesia pada tahun 2015. GoFood memungkinkan pelanggan untuk memesan makanan dan minuman dari berbagai restoran dan mengantarkannya ke lokasi mereka.

Gambar 1.1
Data Pengguna OFD Tahun 2023



Sumber: Tim Riset IDX Channel, November 2023

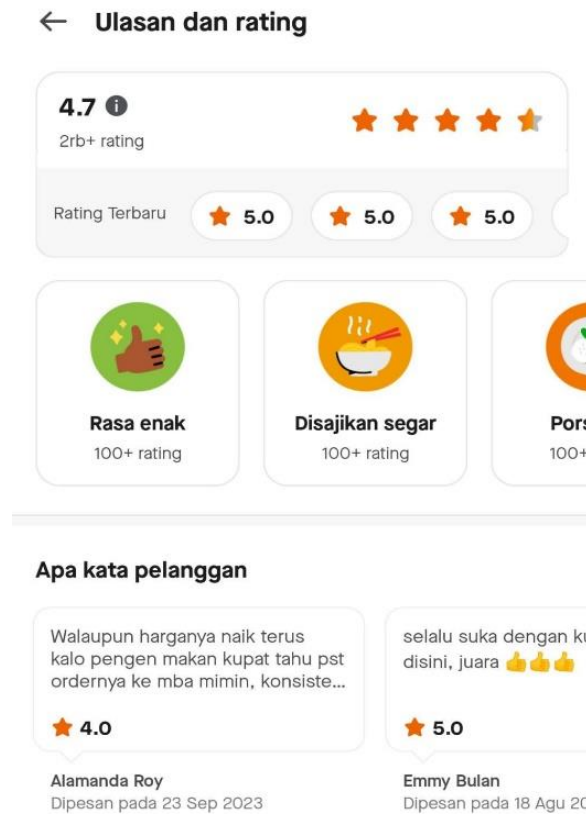
Dilihat sumber yang di dapat dari Tim Riset IDX Channel, aplikasi GoFood menduduki peringkat pertama dalam hal *OFD (Online Food Delivery)* dengan 75% mengalahkan GrabFood dan ShopeeFood. Dalam riset terbaru Gojek bersama ADB (*Asian Development Bank*), sejumlah responden yang merupakan *merchant* GoFood menggunakan hanya *platform* Gojek mencapai 16,7%, sedangkan sisanya menggunakan *platform* Gojek bersamaan dengan *platform* lain.

Menurut Zhang dan Li, N.dalam Maulidar, (2022) *rating* atau peringkat dalam produk *online* adalah salah satu cara pelanggan dapat berpikir tentang kualitas produk tersebut. *Rating* merupakan faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian dimana *rating* menjadi bagian dari ulasan yang menggunakan tanda bintang dari kata-kata yang mengutarakan pendapat konsumen. Semakin tinggi jumlah bintang yang diberikan oleh konsumen, maka konsumen akan tertarik untuk membeli produknya. Oleh karena itu, *rating* merupakan cara bagi konsumen untuk memberikan umpan balik kepada penjual, memberikan informasi tentang rekomendasi produk, dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), harga dapat didefinisikan secara tegas sebagai jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara lebih luas, khususnya bahwa harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat dari memiliki dan menggunakan suatu produk atau jasa yang memungkinkan suatu perusahaan memperoleh keuntungan yang dibenarkan dengan dibayar atas nilai pelanggan yang diciptakannya .

Dalam pemasaran, faktor *rating* dan harga merupakan hal terpenting. Sebab *rating* berguna dalam menentukan penjualan karena semakin tinggi *rating* maka konsumen akan melakukan pembelian, sedangkan harga juga merupakan hal terpenting karena para konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan harga yang di jual, semakin terjangkau harganya maka para konsumen tertarik untuk membelinya.

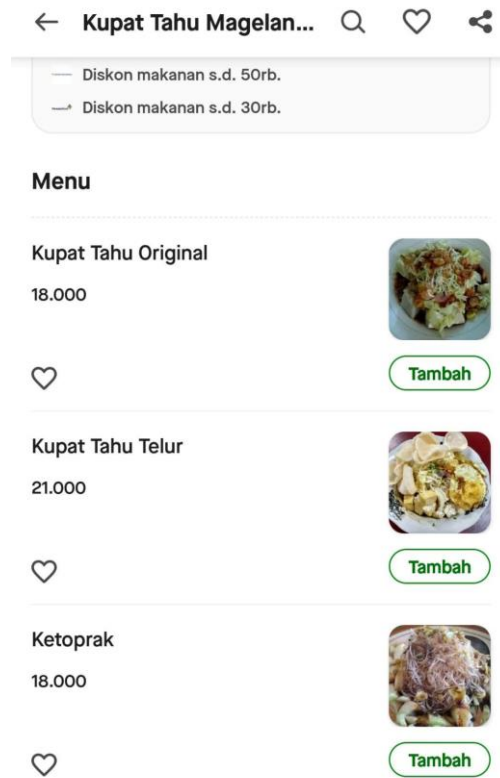
Gambar 1.2 Rating Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin



Sumber: Aplikasi Gojek (GoFood)

Pada Gambar 1.2 di atas merupakan *rating* pada Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin pada aplikasi GoFood. *Rating* menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 2000 orang yang telah memberikan *rating* dengan nilai 4,7/5.

Gambar 1.3
Harga Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin



Sumber: Aplikasi Gojek (GoFood)

Pada Gambar 1.3 di atas menunjukkan harga yang dijual Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin pada aplikasi GoFood, terdapat 3 varian menu yaitu kupat tahu orginal, kupat tahu telur, dan ketoprak, dengan harga kisaran antara Rp.18.000 sampai dengan Rp 21.000.

Tabel 1.1
Data Penjualan

Bulan	Volume Data Penjualan (Rp)
Oktober 2023	Rp. 12.324.000
November 2023	Rp. 11.197.000
Desember 2023	Rp. 12.360.000
Januari 2024	Rp. 13.778.000
Februari 2024	Rp. 12.622.000
Maret 2024	Rp. 11.718.000

Sumber: Aplikasi Gobiz

Berdasarkan Tabel 1.1 yang menggambarkan hasil penjualan selama 6 bulan terakhir, terdapat permasalahan terkait ketidak stabilan penjualan selama 6 bulan terakhir. Terlihat bahwa penjualan mengalami kenaikan dan penurunan penjualan yang dimana *rating* pada aplikasi GoFood Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin cukup tinggi dan harganya dapat bersaing dengan produk yang serupa pada aplikasi GoFood seperti Kupat Tahu Bude Sri, Ketupat Tahu Pak Mus, Kupat Tahu Magelang 88, tetapi penjualan mengalami ketidakstabilan penjualan. Melihat data penjualan yang tidak stabil tersebut maka perlu dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui apakah *rating* dan harga pada aplikasi GoFood Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dengan memahami pengaruh *rating* dan harga terhadap keputusan pembelian Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin, dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik usaha untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan, serta meningkatkan daya

saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Berdasarkan uraian di atas, diperlukan sebuah penelitian yang menganalisis mengenai keputusan pembelian konsumen dengan judul **“Pengaruh *Rating* dan Harga Pada Aplikasi GoFood Terhadap Keputusan Pembelian Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin Bandarlampung”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Rating* pada aplikasi GoFood berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin di Bandarlampung?
2. Apakah Harga pada aplikasi GoFood berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin di Bandarlampung?
3. Apakah *Rating* dan Harga pada aplikasi GoFood berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin di Bandarlampung?

C. Batasan Masalah

Permasalahan dibatasi *Rating* dan Harga pada aplikasi GoFood terhadap keputusan pembelian pada Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin, agar dapat lebih menjurus, terarah dan juga mudah untuk dipahami.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Rating* pada aplikasi GoFood terhadap keputusan pembelian Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin di Bandarlampung.

2. Untuk mengetahui pengaruh Harga pada aplikasi GoFood terhadap keputusan pembelian Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin di Bandarlampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Rating* dan Harga pada aplikasi GoFood terhadap keputusan pembelian Kupat Tahu Magelang Mbak Mimin di Bandarlampung.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan peneliti sebagai berikut:

a) Bagi Akademik

Menjadikan penelitian ini sebagai referensi dan acuan bagi akademik untuk literatur tambahan mengenai *rating* dan harga dalam mengambil keputusan pembelian konsumen.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dengan penelitian ini, membantu peneliti untuk mengembangkan teori dan model baru tentang keputusan pembelian pengguna aplikasi GoFood. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang *rating* dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna aplikasi GoFood.

c) Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang terdapat di ulasan sehingga dapat meningkatkan *rating* menjadi baik dan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

