BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman digital seperti saat ini berkembang begitu pesat, hal tersebut tidak dapat dihindari karena telah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari yang memberikan berbagai informasi kepada masyarakat dalam berbagai hal, tidak dapat di pungkiri perkembangan zaman tersebut telah mengubah pola hidup masyarakat dari tradisional menjadi moderen karena masyarakat pada zaman sekarang cenderung lebih menyukai berbagai hal yang instan, mudah, praktis dan efisien. Dengan adanya media elektronik yang semakin hari semakin canggih dan perkembangan internet dari tahun ketahun menunjukkan peningkatan yang signifikan hal tersebut membuat masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai hal yang diinginkan seperti pemasaran barang dan jasa hanya dengan menggunakan media elektronik dan internet semua yang diinginkan dapat diakses dalam hitungan waktu. Gaya hidup masyarakat saat ini ikut berubah karena pengaruh dari perkembangan teknologi tersebut, salah satu yang paling mencolok dari perkembangan teknologi tersebut adalah gadget dan kecenderungan beraktivitas di dunia maya seperti berbelanja secara online atau lebih sering disebut dengan belanja *online* (Nusarika & Purnami, 2015).

Hal tersebut menjadi peluang yang bagus untuk produsen melakukan pemasaran usahanya melalui internet berbasis online karena mudahnya akses internet melalui berbagai media elektronik memiliki dampak bagi konsumen untuk beralih dari belanja secara langsung menjadi belanja secara online. Produsen

memasarkan produknya melalui internet sehingga calon konsumen dapat dengan mudah memilih produk apa yang mereka minati dan mereka minati dan melakukan transaksi tanpa bertemu langsung atau berbasis *online*.

E-commerce menjadi salah satu peluang yang bagus untuk produsen melakukan pemasaran usahanya. *E-commerce* merupakan suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan. Ditinjau dari perspektif *online*, *e-commerce* menyediakan kemudahan untuk membeli dan menjual produk serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online lainnya (Wibowo, 2020).

Selain itu *E-commerce* yang sering digunakan di kalangan mahasiswa adalah Go-Food. Go-Food merupakan layanan pesan antar online di aplikasi Gojek. Go-Food memiliki banyak keuntungan yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk makanan. Ditinjau dari berbagai aspek Go-Food memiliki beberapa indikator yang mumpuni untuk mencapai kepuasan konsumen seperti harga, kualitas layanan dan kepercayaan dalam memutuskan pembelian produk makanan. Salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh Go-Food adalah memperhatikan kualitas layanan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat

ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut (Kotler, 2014).

Berdasarkan hasil observasi terdapat banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2018 memiliki ketertarikan dalam menggunakan Go-Food untuk melakukan pembelian produk makanan. Hal itu disebabkan Go-Food mempunyai daya tarik yang kuat untuk memikat konsumen seperti memberikan promo yang menarik, aplikasi yang mudah dipahami dan tidak memerlukan banyak waktu juga tenaga untuk membeli produk makanan. Maka dari itu peneliti akan melakukan analisis mengenai persepsi harga, kualitas layanan dan kepercayaan yang dimiliki Go-Food untuk mengetahui pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Go-Food.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga, kualitas layanan dan kepercayaan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan melalui E-commerce di Fakultas Ekonomi angkatan 2018?
2. Bagaimana pengaruh harga, kualitas layanan, dan kepercayaan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian produk makanan melalui E-commerce di Fakultas Ekonomi angkatan 2018?
3. Bagaimana pengaruh langsung antara harga, kualitas layanan dan kepercayaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang harus dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan, dan kepercayaan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan melalui E-commerce di Fakultas Ekonomi angkatan 2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan dan kepercayaan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian produk makanan melalui E-commerce di Fakultas Ekonomi angkatan 2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung antara harga, kualitas layanan dan kepercayaan.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan rujukan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian produk makanan melalui e-commerce. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjelaskan temuan baru terkait variabel keputusan pembelian produk makanan melalui e-commerce dikarenakan variabel tersebut masih jarang digunakan di Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini bagi penulis diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan kepercayaan dalam keputusan pembelian prosuk makanan melalui e-

commerce. Bagi aplikasi Go-Food diharapkan hasil penelitian dapat diterima sebagai kontribusi dan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan proyeksi itu sendiri.

1.5 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di kampus Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, Kota Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat.

b. Jadwal Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Mei 2022 sampai dengan bulan Januari 2023. Penelitian ini dimulai dari pengajuan judul sampai dengan sidang skripsi. Jadwal penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

Keterangan	Tahun 2022/2023																															
	Juni				Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■	■																													
Penyusunan Usulan Penelitian			■	■	■	■	■	■																								
Sidang Usulan Penelitian								■																								
Pengumpulan data									■	■	■	■	■	■	■	■																
Analisis data													■	■	■	■	■	■	■	■												
Penulisan bab iv dan v																	■	■	■	■												
Sidang Komprehensif																									■							
Revisi																									■	■	■	■	■			