

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dampak yang besar yang timbulkan oleh arus teknologi informasi dalam mempercepat proses peralihan peradaban, dapat dilihat dari perkembangan dinamika sosial yang semakin kompleks. Arus teknologi informasi ini, membawa kehidupan menjadi serba praktis dan modern. Penetrasi internet merupakan salah satu faktor penting perkembangan teknologi informasi di Indonesia. Menurut Pertiwi (2020) saat ini pengguna internet mencapai 175,4 juta pengguna dengan penetrasi sebesar 64% dari total populasi masyarakat Indonesia sebanyak 272,1 juta.

Menurut Rahmayani (2020) apabila penetrasi teknologi digital sangat dalam dan penggunaannya meluas dampaknya akan semakin dirasakan pada dunia bisnis. Salah satu bidang bisnis digital yang sedang berkembang saat ini adalah transportasi online. Transportasi sendiri merupakan sarana yang sangat penting dalam mendukung aktifitas manusia setiap harinya pada era digital ini. Transportasi online tidak hanya untuk antar jemput pelanggan, melainkan juga bisa untuk jasa antar makanan.

Go-Jek yang merupakan *startup* jasa layanan digital pada transportasi online di Indonesia. Menurut Andriani (2019) aplikasi dan ekosistem Gojek telah diunduh oleh lebih dari 155 juta pengguna, dengan memiliki 2 juta mitra pengemudi dan 400.000 mitra *merchants*. Kesuksesan Gojek sebagai *startup* telah berhasil menjadi *Decacorn* dengan total valuasi lebih dari US\$10 miliar (Franedya, 2020). Hal ini menunjukkan Gojek telah berhasil menjadi perusahaan digital yang bertahan dalam pangsa pasar di Indonesia. Tidak hanya layanan Go-Ride saja yang diberikan, melainkan juga layanan Gofood dimana pelanggan bisa memesan makanan secara online.

Gofood sendiri adalah sebuah layanan yang disediakan oleh Gojek yang mana menyediakan pemesanan makanan secara online. Pada tahun 2020 di masa pandemi ini Gojek mencatat terdapat peningkatan jumlah total mitra usaha GoFood di Indonesia menjadi sebanyak 750.000 mitra Gofood. Hal ini menunjukkan bahwa dunia digital mengalami peningkatan pada masa pandemi ini. Pada kasus ini kualitas pelayanan dari driver (*service quality*) dan aplikasi layanan Gofood (*e-service quality*) sangat diperlukan.

Pentingnya kualitas pelayanan dan kaitannya terhadap kepuasan pelanggan berkaitan dengan minat beli ulang. Menurut Corin *et al* dalam Hendrasono dan Sugiarto (2013) pengertian minat beli ulang adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap apa yang telah diberikan oleh suatu perusahaan dan berminat untuk melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas (*service quality*) dan kualitas layanan aplikasi Go-Jek khususnya pada layanan Gofood (*e-service quality*) terhadap minat beli ulang konsumen melalui kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *E-Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Go-Jek dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada layanan Gofood di Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

2. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap minat beli ulang?
4. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap minat beli ulang?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap dengan minat beli ulang?
6. Apakah *service quality* mempengaruhi minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen?
7. Apakah *e-service quality* mempengaruhi minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka terdapat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh *service quality* terhadap kepuasan konsumen.
2. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen
3. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh *service quality* terhadap minat beli ulang
4. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh *e-service quality* terhadap minat beli ulang
5. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara kepuasan konsumen dengan minat beli ulang konsumen

6. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh *service quality* terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen
7. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh *e-service quality* terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan paparan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, terdapat beberapa manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi ilmu dalam disiplin ilmu ekonomi manajemen khususnya mengenai pengaruh *service quality* dan *e-service quality* terhadap minat beli konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*.
- b. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Sebagai informasi bagi pelaku bisnis untuk mempertimbangkan strategi bisnisnya khususnya mengenai *service quality* dan *e-service quality* untuk meningkatkan minat beli dan kepuasan konsumen.