

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan pada perkembangan teknologi di zaman era modern ini semakin berkembang pesat. Dalam perubahan kemajuan teknologi memberikan kemudahan di kehidupan kita. Dalam kehidupan kita, kemajuan teknologi menciptakan inovasi-inovasi yang memudahkan dan memberikan manfaat positif dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ

إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.

Internet digunakan hampir di seluruh kegiatan sehari-hari. Efektifitas dan efisien dari internet menjadi cara dan solusi yang baik. Salah satunya kegiatan yang dilakukan dengan internet adalah adanya transaksi jual dan beli barang ataupun jasa. Dengan kemudahan akses yang diberikan, internet mampu memperlancar perekonomian suatu negara. Tanpa terkecuali semua yang bergerak di bidang barang maupun jasa dengan aplikasi membantu konsumen melakukan pembelian secara online. Untuk memenuhi itu semua, dibutuhkan sarana transportasi yang juga dapat memudahkan akses aktivitas tersebut.

Memasuki era digital, pemilihan transportasi mempengaruhi mobilitas individu setiap harinya. Transportasi kini dapat dicakup dengan metode online maupun offline. Sarana transportasi offline dapat kita temui seperti di pangkalan ojek, halte, terminal, atau jalur untuk transportasi umum lainnya. Kemajuan dalam teknologi transportasi memberikan pengaruh bagi penyedia bisnis jasa transportasi. Belakangan penyedia jasa transportasi semakin meningkat dari segi transportasi darat, laut, maupun udara untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu penyedia jasa transportasi online di Indonesia yang banyak di minati adalah Gojek.

Transportasi berbasis online menciptakan inovasi dan menjadi pelopor bisnis dengan memanfaatkan teknologi internet. Masing-masing sarana transportasi memiliki keunggulannya. Dengan kemudahan yang diberikan, konsumen mampu memilih sarana transportasi yang akan digunakan.

PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang biasa dikenal dengan Gojek Indonesia menjadi sarana transportasi online pertama di Indonesia. Perusahaan transportasi online yang didirikan oleh Nadiem Makarim dan temannya Michaelangelo Moran serta Kevin Aluwi sukses membuat inovasi transportasi yang diminati oleh masyarakat. Dengan berbasis aplikasi dan model layanan call center, gojek mampu diterima seluruh lapisan masyarakat. Gojek menciptakan aplikasi berbasis online melalui smartphone pada ios maupun android. Banyaknya peminat masyarakat pada transportasi online membuat Gojek memperoleh Top Brand Award di tahun 2019 dan 2020. (www.top-brandaward.com)

Tabel 1.1

Top Brand Index tahun 2019 dan 2020 kategori Jasa Transportasi Online

Brand	TBI 2019	TBI 2020
Gojek	44,6 %	47,3 %
Grab	43,1 %	43,5 %

Sumber: www.top-brandaward.com

Terlihat dari tabel 1.1 bahwa Top Brand Index kategori jasa transportasi online, gojek menduduki posisi pertama dalam dua tahun berturut-turut. Hasil brand Gojek pada tahun 2019 dalam Top Brand Index adalah 44,6 % sedangkan pada tahun 2020 menjadi 47,3 %.

Dengan banyaknya minat konsumen terhadap transportasi online, konsumen dapat membuat preferensi konsumen yang akan menjadi pembanding dalam memilih transportasi online. Menurut pendapat Munandar *et al* (2012) preferensi konsumen bisa bermakna pilihan, kesukaan atau sesuatu yang disukai konsumen. Menurut Frank (2011), preferensi adalah proses merengking seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa. Preferensi konsumen dilihat dalam tahap proses keputusan pembelian, dalam tahap tersebut konsumen disajikan dengan berbagai bentuk pilihan produk ataupun jasa. Jadi konsumen mampu memilih suatu hal yang disukai dengan diambil dari pilihan yang tersedia. Dalam melakukan pemilihan maka perlu dilakukan analisis faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi preferensi konsumen.

Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan dalam melakukan preferensi konsumen yang pertama adalah harga, hal ini didukung oleh pendapat Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Naomi *et al* (2016) yang menyatakan bahwa saat ini internet mempunyai andil membalik trend penetapan harga tetap, dalam artian bahwa harga merupakan hal penting yang sangat sensitif dan berpengaruh. Menurut Kotler Kotler (2009) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam sudut pandang konsumen, menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk (Tjiptono, F, 2007). Harga tidak dapat dipandang remeh, karena persaingan harga yang terjadi dipasar menjadi salah satu faktor konsumen dalam menentukan pembelian. Perbedaan harga yang ada di setiap penyedia jasa transportasi online menjadi faktor pertimbangan bagi konsumen. Konsumen cenderung memilih jasa transportasi online dengan harga yang murah. Semakin banyak penyedia jasa transportasi online, semakin berat persaingan harga tiap penyedia jasa. Dengan persaingan yang ada membuat Gojek membuat inovasi voucher potongan harga untuk fasilitas yang disediakan. Inovasi potongan harga yang diciptakan, diharapkan menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih Gojek.

Hal kedua yang penting dalam pertimbangan dalam melakukan preferensi konsumen yaitu kualitas pelayanan. (Tjiptono F. , 2009) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Nasution, 2004) berpendapat

bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu layanan. Bila pencapaian positif, maka kualitas layanan ini akan berdampak pada terjadinya preferensi konsumen dalam memilih gojek.

Fasilitas yang diberikan menjadi salah satu hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Konsumen akan tertarik dengan suatu barang atau jasa yang ditawarkan jika dilihat dari fasilitas yang diberikan. Dengan fasilitas yang ada, konsumen mampu mempertimbangkan dalam melakukan keputusan pembelian.

Faktor dominan lainnya yaitu kepercayaan konsumen. Menurut (Pavlou & Geven, 2004), faktor yang sangat penting yang bisa mempengaruhi minat pembelian jasa online adalah faktor kepercayaan. Konsumen cenderung lebih mudah memutuskan membeli ketika konsumen memiliki rasa percaya kepada penjual. Hal ini bertujuan untuk menghindari aksi penipuan yang banyak dilakukan oleh berbagai situs online dengan iklan yang sangat meyakinkan.

Sebagai penyedia jasa transportasi online yang paling banyak di minati masyarakat, Gojek mampu diterima pada seluruh lapisan masyarakat. Menurut BPS DIY, jumlah mahasiswa di Yogyakarta pada tahun 2019 yaitu 37.514 mahasiswa. Tanpa terkecuali peminat Gojek banyak ditemukan di sekitar kampus, di mana banyak mahasiswa yang menggunakan Gojek sebagai sarana penunjang aktivitas mereka.

Table Riset Gap 1.1

No	Judul Penelitian Terdahulu	Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Preferensi Konsumen Go-Jek Di Kota Jakarta	Aghnia dan Aditya (2020)	1. Kepraktisan 2. Tarif 3. Kecepatan 4. Keamanan 5. Kepercayaan 6. kenyamanan	variabel kepraktisan, tarif, kecepatan, keamanan, kepercayaan dan kenyamanan adalah berpengaruh positif terhadap Pembentuk Preferensi Konsumen Go-Jek Di Kota Jakarta
2	Analisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Transportasi Online di Kota Surabaya	Evrans (2020)	1. Viral Marketing 2. Harga/Tarif 3. Promo 4. Kepercayaan 5. Cita Merek	variabel viral marketing, harga/tarif, promo, kepercayaan dan citra merek adalah berpengaruh positif terhadap pembentukan preferensi konsumen dalam memilih transportasi online di kota surabaya dan variabel kepercayaan menjadi variabel yang dominan
3	Pengaruh Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Gojek Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)	Idatul dkk (2020)	1. Harga 2. Kemudahan 3. Kualitas Pelayanan 4. Kepercayaan	variabel harga, kenyamanan, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pengguna layanan Gojek

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan kepercayaan konsumen pada transportasi online gojek dalam menentukan preferensi konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Memilih Gojek Pada Mahasiswa Di Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor harga mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Gojek pada mahasiswa di Yogyakarta?
2. Apakah faktor kualitas pelayanan mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Gojek pada mahasiswa di Yogyakarta?
3. Apakah faktor fasilitas mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Gojek pada mahasiswa di Yogyakarta?
4. Apakah faktor kepercayaan mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Gojek pada mahasiswa di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah faktor harga mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Gojek pada mahasiswa di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas pelayanan mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Gojek pada mahasiswa di Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui apakah faktor fasilitas mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Gojek pada mahasiswa di Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui apakah faktor kepercayaan mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Gojek pada mahasiswa di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadikan gambaran dan wawasan baru faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen memilih Gojek.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan Gojek untuk mengetahui faktor-faktor yang masih perlu ditingkatkan dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang menjadi preferensi konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian ulang selanjutnya.