

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada saat ini berkembang sangat pesat, seperti alat komunikasi, alat elektronik dan transportasi. Dalam melakukan aktifitas yang berhubungan dengan online, peran yang sangat penting selain gadget adalah internet. Adanya internet membuat masyarakat lebih mudah dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Dengan internet masyarakat dengan mudah mengakses apa saja seperti berkomunikasi lebih cepat, melihat video di youtube dan juga melakukan kegiatan jual-beli dengan cara online (Wong, 2010 : 33). Hal ini membuat internet sudah seperti kebutuhan pokok bagi masyarakat.

Di era digital saat ini masyarakat mempunyai aktivitas yang berbeda beda dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya bantuan transportasi online untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas menurut Andriansyah (2015:1). Oleh karena itu, perusahaan berlomba-lomba untuk menggaet konsumen.

Go-Jek adalah perusahaan jasa yang bergerak di bidang transportasi online. Go-Jek merupakan salah satu transportasi online di Indonesia sehingga masyarakat di indonesia sudah tidak asing lagi dengan Go-jek. Aplikasi Go-Jek dapat diunduh pada perangkat iOS dan android, sehingga masyarakat dengan mudah mendapatkan aplikasi Go-Jek. Konsumen dapat melakukan pemesanan jasa Go-Jek pada aplikasi tersebut. Saat ini Go-jek merupakan aplikasi yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena lebih mudah di akses oleh android. Ada beberapa layanan yang ditawarkan perusahaan Go-Jek seperti, *Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Shop, Go-Tix*.

Seiring dengan berkembang nya teknologi perusahaan pun harus memperhatikan kemudahan bagi penggunanya, informasi yang berkualitas dan bagaimana cara meyakinkan konsumen agar melakukan pembelian. Adanya pelayanan di aplikasi yang baik membuat para konsumen merasa yakin sehingga mempengaruhi adanya

permintaan layanan jasa yang ditawarkan. Para konsumen yang sudah merasa yakin akan pelayanan yang baik akan tetap menggunakan jasa layanan dari perusahaan tersebut. Selain bersaing dengan kemudahan penggunaannya, para perusahaan transportasi online yang bersaing dalam hal kualitas informasi. Selain itu karena juga Go-jek, ojek online pertama kali yang pertama kali muncul di Indonesia dan ojek online tertua di Indonesia namun diketahui bahwa ranting diplatform Go-jek saat ini hanya 4,5 jika dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Grab yang memiliki rating 4,8 .

Meskipun aplikasi Go-jek sudah banyak digunakan oleh masyarakat, namun Go-jek masih belum dikatakan sempurna karena masih ada pengguna yang masih mencari informasi sebelum melakukan pembelian melalui aplikasi Go-jek. Terdapat beberapa hal yang menjadi poin pencarian informasi tarif, kebingungan dalam melakukan pemesanan antara makanan maupun membeli barang, kebingungan mengenai akun yang tidak dapat login sehingga tidak dapat memesan, ketidaksesuaian biaya yang dibayarkan, informasi ketersediaan layanan. Adanya fenomena tersebut membuat sebagian besar enggan untuk menggunakan aplikasi Go-jek.

Konsumen akan merasa malas menggunakan produk yang mempunyai pengoperasian yang susah dipahami dan rumit. Sebuah produk atau teknologi diciptakan pada dasarnya untuk mempermudah konsumen dalam melakukan kegiatan sehari-harinya bukan sebaliknya yaitu mempersulit konsumen.

Dari hasil wawancara dengan bapak Vandry Irawan selaku pegawai kantor Go-jek yang berada di Ruko Emerald Summarecon Blok UB 11-12 Jl.Bulevar Selatan, Marga Mulya, Bekasi Utara, beliau mengatakan bahwa terjadinya fluktuasi penerimaan setiap tahun dari tahun 2018.

Sebagai dasar diadakannya penelitian ini penulis telah meminta data jumlah order Go-jek pada tahun 2018, 2019 dan 2020 di Ruko Emerald Summarecon Blok UB 11-12 Jl.Bulevar Selatan, Marga Mulya, Bekasi Utara.

Tabel 1.1
Data Jumlah Orderan Tiga Tahun Terakhir

Tahun	Jumlah Order
2018	307.675.440
2019	309.351.127
2020	306.782.452

Sumber : Data diolah, 2021.

Dari data di atas menunjukkan adanya kenaikan jumlah order di tahun 2019 namun di tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal ini disebabkan oleh buruknya kualitas informasi tentang penggunaan aplikasi yang belum dapat memudahkan konsumen tentang cara penggunaan layanan *goride*, *gofood*, *gosend* dan tarif yang suka berubah-ubah.

Berikut adalah tanggapan dari berbagai konsumen Go-jek tentang bagaimana kemudahan penggunaan aplikasi Go-jek :

Tabel 1.2
Data Wawancara tentang Kemudahan Penggunaan X1

Responden	Tanggapan
40% Responden	Sering sekali mendapatkan driver yang jauh
20% Responden	Sangat sulit mendapatkan driver bila sedang hujan
20% Responden	Informasi ketersediaan layanan
20% Responden	Jangkauan pada peta dalam aplikasi yang belum menyeluruh

Sumber Data Wawancara, 2021.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap sepuluh responden bahwa sebanyak empat puluh persen responden sering sekali mendapatkan driver yang jauh, sebanyak dua puluh persen responden sangat sulit mendapatkan driver bila sedang hujan, sebanyak dua puluh persen responden informasi ketersediaan layanan, dan sebanyak dua responden jangkauan pada peta dalam aplikasi yang belum menyeluruh.

Berikut adalah tanggapan dari berbagai konsumen Go-jek tentang bagaimana kualitas informasi aplikasi Go-jek :

Tabel 1.3
Data Wawancara tentang Kualitas Informasi X2

Responden	Tanggapan
20% Responden	Mencari informasi tarif
30% Responden	Ketidaksesuaian biaya yang dibayarkan
30% Responden	Kebingungan dalam melakukan pemesanan antara makanan maupun membeli barang
20% Responden	Kebingungan mengenai akun yang tidak dapat login sehingga tidak dapat memesan

Sumber: Data Wawancara, 2021.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap sepuluh responden bahwa sebanyak dua puluh persen responden mencari informasi tarif, sebanyak tiga puluh persen responden harga ketidaksesuaian biaya yang dibayarkan, sebanyak tiga puluh persen responden kebingungan dalam melakukan pemesanan antara makanan maupun membeli barang, dan sebanyak dua puluh persen responden kebingungan mengenai akun yang tidak dapat login sehingga tidak dapat memesan

Oleh karena itu penulis tertarik membuat judul skripsi **Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online?
2. Bagaimana kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian online?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian online.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online.

1.3.2 Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian diharapkan dapat dapat memberikan kontribusi dan manfaat kepada Go-Jek, agar dapat memberikan layanan jasa yang lebih baik terutama pada pengembangan aplikasi.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Memberikan manfaat tentang bagaimana bisnis online. Penelitian ini bisa dijadikan salah satu sumber referensi mengenai e-commerce khususnya pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online.

1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Keputusan pembelian merupakan satu bagian pokok dari perilaku yang mengarah pada pembelian produk atau jasa. Perusahaan yang cerdas yang mampu mengetahui perilaku konsumen dalam mengambil keputusan. Dengan memahami perilaku konsumen secara tepat, perusahaan akan mampu memberikan kepuasan yang tepat sesuai keinginan konsumen, tujuan pembelian yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sendiri ataupun dikonsumsi.

Mengingat begitu banyaknya masalah yang harus diatasi, agar peneliti ini dapat fokus membahas lebih tuntas dan mencapai sasaran, maka perlu membahas masalah :

1. Masalah penelitian dibatasi hanya pada faktor kemudahan penggunaan dan kualitas informasi yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui Gojek
2. Studi akan dilakukan kepada konsumen yang sudah pernah menggunakan Gojek.

1.5 Sistematika Pelaporan

Hasil dan pembahasan atas masalah penelitian akan dituangkan ke dalam sistematika pelaporan. Sistematika pelaporan hasil penelitian disusun terinci dalam 5 (Lima) bab dan sub bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembahasan masalah, dan sistematika pelaporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini serta hasil penelitian terdahulu tentang pengendalian kualitas. Dalam bab ini dimuat kerangka pemikiran yang menggambarkan pola pikir dan sistematika pelaksanaan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan desain penelitian mencakup metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, serta teknik pengumpulan data. Instrumen penelitian, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian meliputi: gambaran umum Go-jek deskripsi hasil penelitian, deskripsi sampel penelitian, deskripsi variabel penelitian, objek penelitian serta analisis data hasil analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Konsumen Transportasi Online Go-jek Bekasi).

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan simpulan hasil analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Konsumen Transportasi Online Go-jek Bekasi). Di samping itu juga saran yang perlu disampaikan sebagai rekomendasi kepada pihak Go-jek sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam kemudahan penggunaan dan kualitas informasi di perusahaan tersebut.