

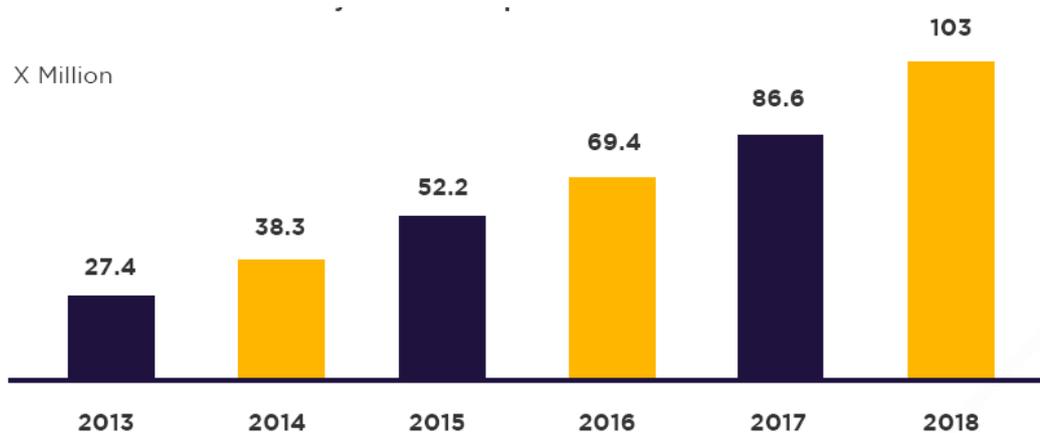
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *startup* berdampak pada kenaikan jumlah pengguna internet di dunia termasuk juga di Indonesia. *WeAreSocial* melaporkan bahwa 4,021 miliar orang telah menggunakan internet. Di Indonesia, sebanyak 132 juta orang sebagai pengguna internet dan 60 persen mengakses internet lewat *smartphone* (Good news from indonesia, 2018)

Menurut sebuah penelitian di Emarketer, pada tahun 2018 diperkirakan ada 103 juta pengguna *smartphone* aktif di Indonesia. Penggunaan *smartphone* di Indonesia berbasis aplikasi *smartphone* menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat. Pengguna *smartphone* aktif bulanan di Indonesia dari tahun 2013-2018 dapat diketahui pada gambar di bawah ini.



**Gambar I.1**  
**Pengguna *Smartphone* Aktif Bulanan di Indonesia**

*Sumber: DailySocial Local App Preference Survey 2018*

Gambar di atas menunjukkan peningkatan pengguna *smartphone* aktif bulanan di Indonesia. Selain memaparkan pengguna *smartphone* aktif bulanan di Indonesia, laporan DailySocial juga menemukan beberapa temuan menarik yaitu:

1. Di beberapa kategori aplikasi buatan pengembang lokal jauh lebih unggul, misalnya di kategori transportasi, layanan tiket, atau aplikasi bacaan.
2. Aplikasi lokal paling populer menurut responden adalah GOJEK (30,96%) dan aplikasi luar yang paling populer WhatsApp (36,46%).
3. Salah satu alasan mengapa memilih aplikasi lokal adalah karena konsumen terpengaruh dengan jargon seperti “karya anak bangsa”.
4. Sebagian besar responden (77,23%) berkenan menggunakan aplikasi versi lokal jika ditemukan aplikasi dengan fungsionalitas sesuai yang digunakan sehari-hari (DailySocial, 2018)

Data di atas menunjukkan bahwa aplikasi lokal yang paling populer adalah Gojek yang merupakan aplikasi yang membutuhkan internet. Aplikasi ini membantu konsumen untuk pemesanan ojek (Rifaldi, 2016).

Loyalitas pelanggan merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan jasa. Partua Pramana (2014) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan akibat konsumen yang puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan jasa. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang sehingga volume penjualan akan meningkat yang pada akhirnya laba perusahaan juga akan meningkat.

Pertumbuhan industri telekomunikasi yang pesat mendorong pertumbuhan produk yang semakin kompetitif dan inovatif. Maka dari itu perusahaan harus fokus kepada produk yang dihasilkan. Hal ini membuat setiap pelaku bisnis atau perusahaan bekerja keras dalam memberikan produk yang terbaik dan inovatif bagi konsumen. Berbagai macam produk inovatif diluncurkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

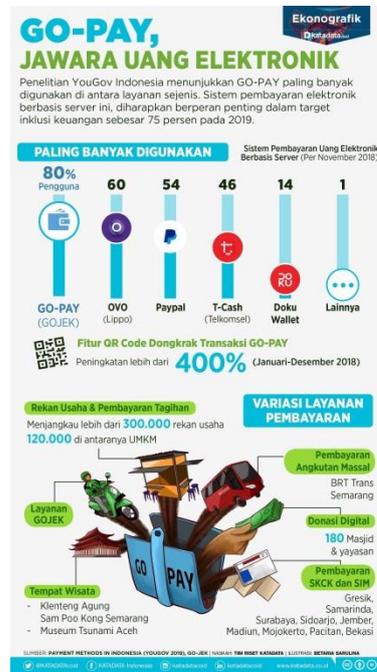


**Gambar I.2**  
**Testimoni Pengguna GOPAY**

*Sumber: Facebook, 2019*

Dengan gambar diatas maka loyalitas yang tinggi tentu memerlukan suatu rancangan strategi pada karekteristik dan tampilan suatu produk agar mampu menghasilkan daya tarik yang mengarah pada penjualan. Dalam persaingan di dunia bisnis perusahaan harus dapat menciptakan perancangan desain dan fitur produk untuk dapat mencapai posisi yang utama dan tempat di pasar. Karena itu, perlu ada peningkatan rancangan desain dan fitur produk

yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menjaga eksistensinya di benak pelanggan sekaligus mengetahui keinginan atau permintaan sehingga dapat disesuaikan.



**Gambar I.3**  
**Data Pengguna GOPAY**

*Sumber:* <https://katadata.co.id/infografik/2019/03/01/go-pay-jawara-uang-elektronik>

GOJEK yang saat ini memimpin *market share* transportasi online di Indonesia harus memperhatikan loyalitas konsumen untuk tetap eksis dalam dunia bisnis. Hal ini menjadi penting bagi GOJEK karena loyalitas konsumen pada *brand* dapat menjadi *potential problem* yang sangat merugikan *brand* GOJEK jika tidak ditanggulangi dengan cepat (Destiyanto, 2018). GOJEK meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan menggunakan *financial technology* yang merupakan inovasi di bidang finansial. GoPay adalah layanan

*mobile payment* untuk memudahkan pembayaran dalam menggunakan aplikasi GOJEK.

Faktor yang lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen adalah fitur produk. Alana, *et.al* (2013) menjelaskan bahwa fitur produk yang ditawarkan oleh produsen, menyebabkan konsumen akan semakin terpuaskan dengan produk-produk yang sesuai. Konsumen memilih suatu produk apabila produk tersebut mempunyai nilai tambah dibandingkan dengan produk yang lain (Hamidah dan Anita, 2013).

Uraian di atas menyebabkan penulis berkeinginan mengadakan penelitian tentang **Pengaruh Fitur GoPay Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Aplikasi GOJEK.**

## **B. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tentang fitur produk yaitu GoPay dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan aplikasi GOJEK?.
2. Adakah pengaruh fitur produk yaitu GoPay terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan aplikasi GOJEK?.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- a. Untuk mengetahui gambaran tentang fitur produk aplikasi GOJEK dan loyalitas pelanggan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh fitur produk yaitu GoPay terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan aplikasi GOJEK.

## 2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pengaruh fitur produk terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan aplikasi GOJEK.

### b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Dapat dijadikan arsip karya ilmiah dan tambahan referensi perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

### c. Bagi Pembaca

Memberikan tambahan wawasan kepada pembaca tentang fitur produk dan aplikasi GOJEK.