

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta dan kota besar lainnya. Mobilitas masyarakat di kota besar sangatlah tinggi, terbatasnya waktu dan kebutuhan yang tinggi terhadap makanan yang menyebabkan masyarakat butuh sesuatu yang dapat mempermudah mereka. Oleh karena itu Go-Jek dengan inovasinya menghadirkan layanan Go-Food untuk menyelesaikan masalah tersebut agar masyarakat dapat hidup lebih mudah dan praktis. Go Food melayani pemesanan makanan dari berbagai macam pilihan restoran yang sesuai dengan lokasi pengguna.

GO-FOOD adalah layanan pesan antar makanan yang termasuk dalam layanan pesan antar makanan terbesar di dunia dan bekerjasama dengan 400.000 merchant di berbagai kota di Indonesia (Gojek.com). Hanya dengan menggunakan *smartphone* konsumen dapat menggunakan jasa pelayanan Go-Food dengan mudah. Singkatnya konsumen dapat memesan makanan dan minuman ke restoran yang sudah bekerja sama dengan pihak Gojek lalu driver Go-Food akan mengantarkan makanan dan minuman sesuai dengan pesanan yang konsumen pilih.

Perkembangan internet yang sangat cepat membuat semua pelaku bisnis menginginkan produk nya dikenal secara luas. Go-Food bekerja sama dengan masyarakat yang mempunyai bisnis kuliner dari yang mempunyai restoran

hingga usaha mikro,kecil, dan menengah (UMKM) yang biasa. Pelaku bisnis kuliner yang bergabung dengan Go-Food dinamai Mitra Go-Food. Keuntungan menjadi mitra Go-Food yaitu, tidak perlu menyediakan layanan antar sendiri, jangkauan konsumen yang lebih luas, promosi murah dan efektif. Dan cara mendaftarnya pun mudah sehingga banyak yang sudah bergabung menjadi Mitra Go-Food.

Pada awal 2019, GoJek mengungkap capaian merchant yang sudah bergabung menjadi Mitra GoFood mencapai 400 ribu. 80% di antaranya adalah UMKM. Jumlah tersebut meningkat dari jumlah Mitra Go-Food pada 2018 yang berjumlah 125 ribu merchant. Pelaku bisnis kuliner yang sudah bergabung menjadi Mitra GoFood memiliki perkembangan bisnis yang pesat hingga 3,5 lipat karena jangkauan pasar yang lebih luas. Sebagai contoh dalam satu kasus penjualan menu Warung Makan Ibu Ayu milik Waimah meningkat yang sebelumnya 3-4 porsi per hari setelah menjadi Mitra Go-Food meningkat sekitar 300% yaitu 12-20 porsi per hari.

GoFood dinobatkan sebagai layanan pesan antar makanan terbaik di Indonesia. Predikat tersebut berdasarkan hasil riset Nielsen Singapura yang mengungkapkan 84% masyarakat yang menggunakan lebih dari satu aplikasi pesan antar makanan, menilai GoFood merupakan layanan pesan antar makanan terbaik di Indonesia (cnbcindonesia.com).

Dalam upaya menarik perhatian masyarakat agar menggunakan jasa layanan aplikasi GoFood pihak perusahaan sering sekali memberikan potongan harga untuk setiap pemesanan makanan pada event tertentu. GoFood pun

menyediakan paket untuk membeli voucher potongan harga dan ada inovasi terbaru yang dilakukan pihak GoFood yaitu dengan adanya GoFood Plus. GoFood Plus merupakan fitur berlangganan untuk potongan harga tanpa voucher, Dengan menggunakan Go-sood Plus pengguna bisa mendapatkan potongan harga setiap kali memesan makanan melalui GoFood selama masa berlaku paket GoFood Plus masih aktif. Dengan banyak nya fitur-fitur potongan harga banyak pelanggan yang puas dengan hal tersebut.

Pelanggan Go Food meningkat 2 kali lipat pada 2019 menjadi 20 juta pelanggan di bandingkan 2018. Dalam empat tahun terakhir jumlah pemesanan makanan Go-Food mencapai 50 juta pemesanan perbulan (cnbcindonesia.com). Semakin banyaknya masyarakat menggunakan GoFood menjadi salah satu pencapaian atas penerapan strategi bisnis yang berfokus pada kepuasan pelanggan.



Gambar I.1

Rekor GoFood

Sumber : dioleh oleh peneliti

Membahas tentang prestasi, GoFood Festival berhasil cetak lokasi terbanyak di Indonesia dan Dunia, Rekor tersebut berhasil didapatkan atas prestasi membuka jaringan Pusat Jajanan Serba Ada (Pujasera) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan lokasi terbanyak yaitu 30 titik di 16 kota. (Suara.com dan Gojek.com)

Berdasarkan semua uraian latar belakang masalah ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap layanan Go-Food yang merupakan bagian dari perusahaan jasa transportasi Go-Jek. Oleh karena itu penulis memilih judul **”PENGARUH KEPUASAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN PADA JASA LAYANAN GOFOOD”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana deskripsi kepuasan pelanggan GoFood?
2. Bagaimana deskripsi minat beli ulang pelanggan GoFood?
3. Adakah pengaruh antara kepuasan terhadap minat beli ulang pelanggan GoFood?

C. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui gambaran kepuasan pelanggan terhadap GoFood
- b. Untuk mengetahui gambaran minat beli ulang terhadap GoFood
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap minat beli ulang

pelanggan GoFood

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Sebagai pembelajaran untuk penulis tentang kepuasan pelanggan dan pengaruh dari kepuasan tersebut.

b. Bagi Universitas

Menambah arsip karya ilmiah program studi Manajemen Pemasaran untuk tambahan referensi di perpustakaan.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu untuk pembaca atau referensi dan perluasan wawasan untuk penelitian berikutnya.