

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia terkenal dengan berbagai keragamannya, mulai dari budaya, bahasa, hingga kulinernya memiliki keistimewaan tersendiri di setiap daerahnya. Dengan semakin berkembangnya teknologi, masyarakat pun dapat dengan mudah mempelajari keberagaman yang menjadi ciri khas Indonesia.

Aktifitas masyarakat saat ini yang tidak lepas dengan kecanggihan teknologi menjadikan segala sesuatunya menjadi lebih efektif, efisien, dan praktis. Dewasa ini masyarakat Indonesia semakin dimanjakan dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi dalam berbagai hal, termasuk dalam hal penggunaan suatu jasa.

Keputusan penggunaan jasa atau yang biasa disebut dengan keputusan pembelian biasanya tidak lepas dengan perilaku konsumen itu sendiri, hal ini dikarenakan keputusan pembelian sudah menjadi bagian dari perilaku konsumen yang ada di masyarakat. Ada berbagai pengertian tentang perilaku konsumen menurut para ahli, namun berbagai pendapat perilaku konsumen itu sendiri tetap memiliki inti atau simpulan yang sama.

Sunyoto (2012 : 255). menjelaskan bahwasanya “Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang/jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut”. Sementara sesuai

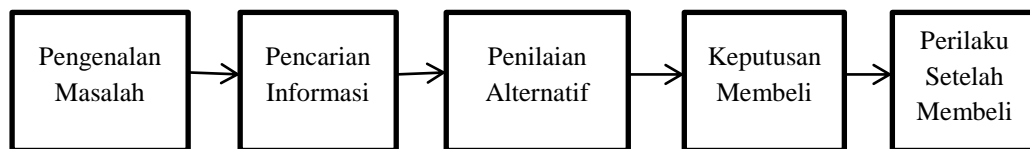
pendapat Winardi yang dikutip oleh Sunyoto (2013 : 3), menjelaskan bahwa “Perilaku konsumen dapat dirumuskan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa-jasa”.

Merujuk pada berbagai definisi perilaku konsumen yang ada, Kotler pada Septiana (2017 : 24), juga ikut menjelaskan jika “Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis”. Hal ini senada dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Sujani (2017), Irwan (2019), dan juga Natanael (2020) yang menyatakan bahwa keempat faktor tersebut dapat memberi pengaruh suatu perilaku konsumen.

Dalam hasil penelitian yang dilaksanakan Sujani (2017) menegaskan bahwa faktor psikologis dan pribadi memengaruhi secara signifikan dalam memberikan pengaruhnya pada suatu keputusan pembelian konsumen, sedangkan faktor budaya tidak memberi pengaruh yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, begitupun dengan faktor sosial tidak bisa menjadi variabel penentu dalam memberi pengaruh suatu keputusan pembelian dari seorang konsumen.

Akan tetapi hasil riset yang telah dilaksanakan oleh Sujani (2017), berbeda dengan hasil riset dari Irwan (2019) dan Natanael (2020). Dalam penelitian ini menyatakan bahwa keempat faktor, yaitu faktor psikologis, pribadi, sosial, dan budaya, masing-masing dapat memberikan pengaruhnya secara signifikan pada keputusan pembelian.

Secara khusus pengertian keputusan penggunaan jasa atau keputusan pembelian sendiri sudah dijabarkan dengan cukup jelas oleh Berkowitz yang dikutip Firmansyah (2018 : 25), yaitu “Proses keputusan pembelian merupakan tahap-tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan tentang produk dan jasa yang hendak dibeli”. Sedangkan merujuk pada Sunyoto (2012 : 284), terdapat lima tahap proses pembelian yaitu :

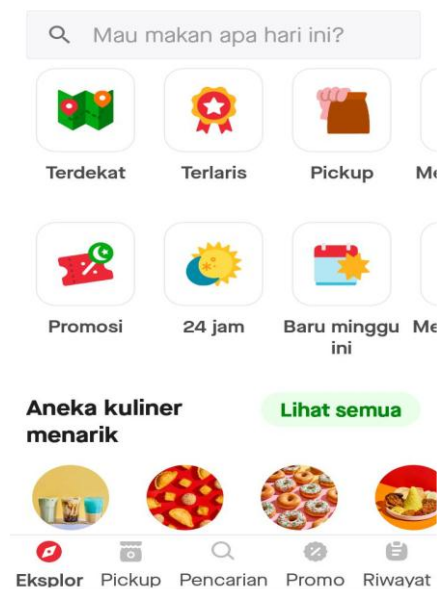


Gambar 1 : Model Lima Tahap Proses Membeli
 Sumber : Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen (Sunyoto : 2012 : 284)

Seiring berjalannya waktu, proses pembelian tidak lagi dilakukan dengan cara konvensional yaitu dengan mempertemukan pembeli dan penjual. Keberadaan teknologi yang semakin berkembang menjadikan proses pembelian dapat dilakukan dengan jarak jauh. Poin ini yang seharusnya dapat diperhatikan oleh penjual untuk menjadi perhitungan yang matang dalam memenuhi pembelian ke depannya.

Salah satu implementasi dalam hal penggunaan jasa yang didukung oleh kecanggihan teknologi yang ada adalah dengan munculnya suatu layanan bernama *Go-Food*. Secara luas masyarakat mengenal layanan *Go-Food* sebagai suatu layanan pesan antar kuliner dalam aplikasi *Go-Jek*. *Go-Jek* sendiri ialah suatu revolusi dalam sarana transportasi ojek konvensional menjadi ojek *online* dengan menggunakan teknologi yang berkembang di

Indonesia yang memiliki simbol warna hijau dan hitam. (Wijayanto, 2018 : 2).



Gambar 2 : *Go-Food* Dalam Aplikasi *Go-Jek*
 Sumber : Aplikasi Gojek, 2021

Melalui kecanggihan teknologi yang semakin berkembang di kalangan masyarakat Indonesia, *Go-Food* memberikan kemudahan bagi konsumen kuliner khususnya untuk melihat, mencari, menilai, dan selanjutnya memutuskan penggunaan jasa *Go-Food* melalui *driver* yang tergabung dalam komunitasnya. Jasa *Go-Food* yang tersedia di dalam aplikasi *Go-Jek* sudah menyebar di sebagian besar kota di Indonesia.

Salah satu kota yang sudah tersentuh akan kecanggihan dan kemudahan yang dimiliki *Go-Food* adalah Kota Probolinggo. Menurut Data Statistik Sektoral Kota Probolinggo (2019 : 3), menyatakan bahwa, “Kota Probolinggo adalah salah satu kota di provinsi Jawa Timur yang terletak di antara 38

Kabupaten/Kota lainnya”. Dengan total luas wilayah sebesar 56.667 km², Kota Probolinggo terdiri dari beberapa kecamatan, yaitu :

Tabel 1
Kecamatan dan Kelurahan Serta Luasnya Terhadap Kota Probolinggo

No	Kecamatan	Jumlah Kelurahan	Luas Wilayah (Km ²)	Jumlah Penduduk
1	Kademangan	6	12.754	45.322
2	Kedopok	6	13.624	34.464
3	Wonoasih	6	10.981	34.193
4	Mayangan	5	8.655	63.177
5	Kanigaran	6	10.653	58.055
Jumlah		29	56.667	235.211

Sumber : Data Statistik Sektoral Kota Probolinggo Tahun 2019.

Penelitian ini dilakukan dengan berfokus di satu kecamatan yang memiliki tingkat kepadatan penduduk nomor 1 di Kota Probolinggo, yaitu Kecamatan Mayangan. Secara umum tingkat kepadatan penduduk di suatu daerah berbanding lurus dengan daya beli di daerah tersebut, hal ini dikarenakan kian tingginya juga tingkat kebutuhan yang harus terpenuhi oleh masyarakat.

Menurut Data Statistik Sektoral Kota Probolinggo Tahun (2019 : 9), dijelaskan bahwa “Kecamatan Mayangan sendiri merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kota Probolinggo yang berbatasan langsung dengan Selat Madura di bagian utara, Kecamatan Dringu Kabupaten Probolinggo di bagian timur, Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo di bagian selatan, dan Kecamatan Kademangan Kota Probolinggo di bagian barat”. Kecamatan Mayangan terdiri dari 5 kelurahan di dalamnya, yaitu Kelurahan Jati, Kelurahan Mangunharjo, Kelurahan Wiroborang, Kelurahan Mayangan, dan Kelurahan Sukabumi.

Dalam penggunaannya terdapat perbedaan harga antara pembelian kuliner secara *offline* (baik dengan metode makan di tempat atau yang biasa disebut dengan *dine in* dan di bungkus atau *take away*) dengan pembelian kuliner melalui jasa *Go-Food*, namun masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo tetap antusias dengan pemakaian salah satu layanan dari *Go-Jek* ini. Hal ini seharusnya menjadi kesenjangan bagi masyarakat dikarenakan harus mengeluarkan dana lebih ketika memutuskan menggunakan suatu jasa pembelian kuliner secara *online* yang bernama *Go-Food*.

Berbanding dari latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti berminat melakukan suatu riset yang diberi judul **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Go-Food* Pada Masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan pemaparan latar belakang masalah yang diuraikan sehingga pokok permasalahan yang bisa dirumuskan yaitu :

1. Apakah faktor budaya memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo?
2. Apakah faktor sosial memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo?

3. Apakah faktor pribadi memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo?
4. Apakah faktor psikologis memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo?
5. Faktor manakah yang memiliki pengaruh dominan diantara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini antara lain :

1. Responden yang terdapat pada riset ini ialah masyarakat yang terdapat di salah satu kecamatan yang ada di Kota Probolinggo yaitu Kecamatan Mayangan.
2. Ruang lingkup dalam riset yang dilaksanakan oleh peneliti ini diberi batasan pada analisis data yang dilakukan sesuai hasil kuisioner tentang faktor-faktor yang memberi pengaruh perilaku konsumen pada keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Terkait atas pemaparan masalah yang ada, sehingga tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini yaitu :

1. Diketuainya faktor budaya memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.
2. Diketuainya faktor sosial memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.
3. Diketuainya faktor pribadi memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.
4. Diketuainya faktor psikologis memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.
5. Diketuainya faktor yang memiliki pengaruh dominan diantara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Harapan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat di antaranya :

1. Bagi Peneliti

Hasil dari riset yang dilaksanakan oleh peneliti ini untuk membandingkan dan menerapkan teori-teori yang tidak didapat oleh peneliti itu sendiri sepanjang masa perkuliahan melalui cara mengambil data secara langsung di masyarakat.

2. Bagi Masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo

Hasil dari riset yang akan dilakukan oleh peneliti ini diharapkan bisa memberikan suatu tambahan informasi bagi masyarakat mengenai faktor-faktor yang memberi pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food* pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.

3. Bagi Universitas Panca Marga

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo ini diharapkan dapat menambah kepustakaan di bidang manajemen dan dapat menambah wawasan bagi pembaca yang hendak melaksanakan penelitian dengan topik Perilaku Konsumen dalam menyusun penelitian selanjutnya.

1.5 Asumsi Penelitian

Merujuk yang tertulis dalam bukunya, Mukhid (2021 : 60), bahwasanya “Asumsi penelitian adalah anggapan-anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian”. Berdasarkan definisi di atas, maka peneliti dapat merumuskan suatu asumsi sebagai berikut :

1. Masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo telah memahami penggunaan aplikasi jasa *Go-Food*.
2. Jasa *Go-Food* dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat dari berbagai usia.
3. Setiap orang khususnya pada masyarakat Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo memiliki alasan dan persepsi yang berbeda-beda terhadap keputusan penggunaan jasa *Go-Food*.