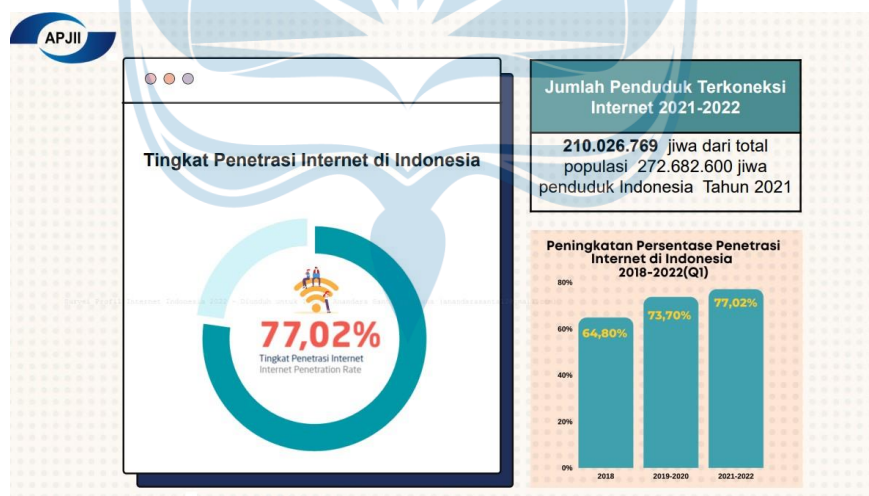


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi terus mengalami kemajuan. Salah satu dari bentuk kemajuan tersebut adalah munculnya teknologi internet. Teknologi internet saat ini telah menjadi bagian penting dalam masyarakat di berbagai bidang, baik di bidang pendidikan, hiburan, dan ekonomi. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Jumlah pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2022 telah mencapai sekitar 210 juta pengguna. Dengan kata lain 77,02% penduduk Indonesia sudah menjadi pengguna internet (APJII, 2022).



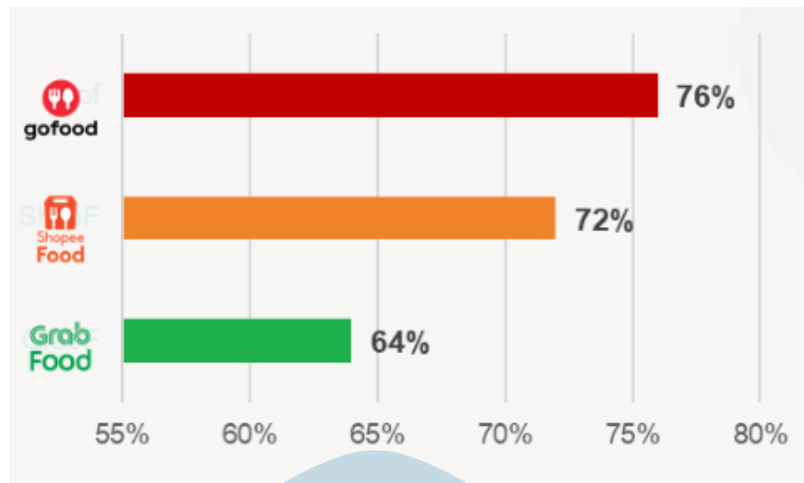
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia
Sumber: (APJII, 2022)

Dalam bidang ekonomi, teknologi internet memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti melakukan pembelian, pemasaran, pembayaran dan sebagainya. Salah satu contohnya adalah tersedianya berbagai macam *e-commerce* yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk melakukan

transaksi jual beli produk. Dalam sepuluh tahun terakhir di Indonesia, *e-commerce* telah mengalami peningkatan sebesar 17% (Sidharta et al., 2021).

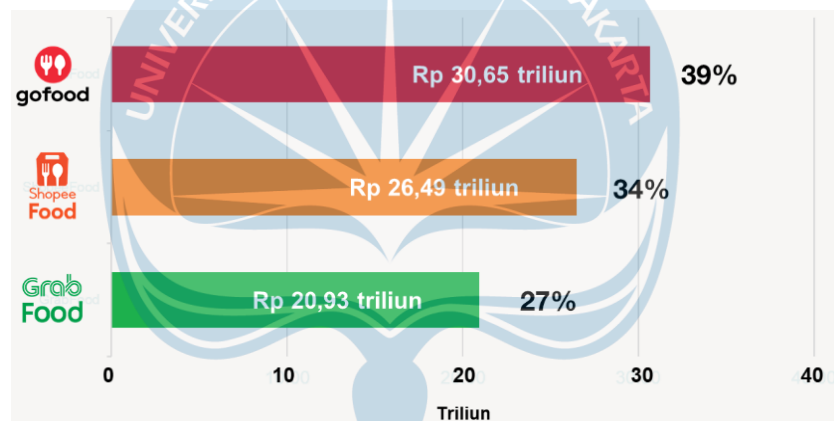
Makanan merupakan salah satu produk yang paling sering dibeli secara daring dan menunjukkan perkembangan pesat sebesar 12% selama setahun (Suhartanto et al., 2018). Selama pandemi Covid-19 penggunaan layanan pesan antar makanan terus meningkat (Tenggara Strategics, 2022). Faktor penyebab meningkatnya pengguna jasa pesan antar makanan adalah adanya promo dalam aplikasi, konsumen yang malas keluar rumah, penghematan waktu, jarak restoran yang cukup jauh dan cuaca yang tidak menentu (Sidharta et al., 2021).

Salah satu *e-commerce* yang menawarkan layanan pesan antar makanan di Indonesia adalah Shopee. Shopee pertama kali melebarkan sayap bisnisnya ke layanan pesan antar makanan pada april 2020 lalu dengan fitur bernama ShopeeFood. Meskipun baru berjalan selama tiga tahun, ShopeeFood mampu bersaing dengan para pesaingnya yang lebih dahulu terjun ke sektor layanan pesan antar makanan, yakni GoFood dan GrabFood. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Tenggara Strategics, ShopeeFood menempati posisi kedua dalam kategori layanan pesan antar makanan yang paling banyak diinstal di Indonesia dengan persentase 72%, setelah GoFood dengan persentase 76%, dan kemudian disusul GrabFood dengan persentase 64%. ShopeeFood juga menempati posisi kedua dalam kategori layanan pesan antar makanan dengan transaksi terbesar dengan total transaksi Rp 26,49 triliun, setelah GoFood dengan total transaksi Rp 30,65 Triliun, dan kemudian disusul GrabFood dengan total transaksi Rp 20,93 Triliun (Tenggara Strategics, 2022).



Gambar 1.2 Data Layanan Pesan Antar Makanan Yang Paling Banyak Diinstal Di Indonesia pada tahun 2022

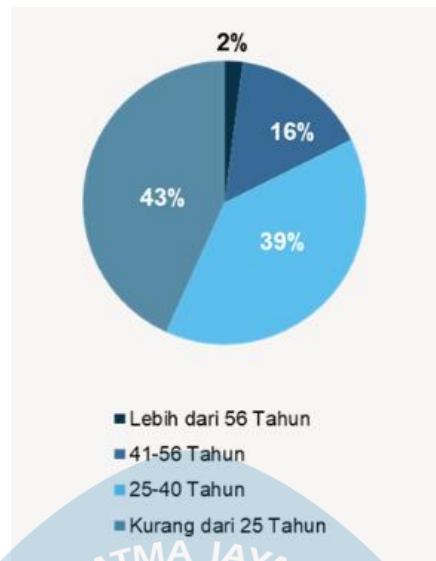
Sumber: (Tenggara Strategics, 2022)



Gambar 1.3 Data Transaksi Industri Layanan Pesan Antar Makanan Di Indonesia pada tahun 2022

Sumber: (Tenggara Strategics, 2022)

Berdasarkan survei yang dilakukan Tenggara Strategics, generasi z merupakan pengguna terbesar layanan pesan antar makanan di Indonesia, dengan persentase 43%. Mayoritas dari mereka juga hendak untuk terus menggunakan layanan pesan antar makanan, meningkatkan penggunaan dan merekomendasikan layanan pesan antar makanan yang mereka gunakan kepada rekan maupun saudara mereka (Tenggara Strategics, 2022).



Gambar 1.4 Data Pengguna Layanan Pesan Antar Makanan Di Indonesia

Sumber: (Tenggara Strategics, 2022)

Melihat besarnya peran generasi z dalam penggunaan layanan pesan antar makanan, Penelitian ini memiliki tujuan mengeksplorasi variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan generasi z terhadap ShopeeFood dan apa yang menjadikan ShopeeFood sebagai salah satu layanan pesan antar makanan dengan total transaksi terbanyak di Indonesia. Studi ini merupakan perkembangan untuk jurnal penelitian dengan judul “*Customer Loyalty Analysis on Online Food Delivery Services*” yang ditulis oleh So Mario Sidharta, Danial Bagas Adityo, Pangeran Muhammad Iqbal, dan Willy Gunadi. Yang menjadi pembeda dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah subjek penelitian yang merupakan generasi z yang merupakan pengguna terbesar dari layanan pesan antar makanan, lokasi penelitian yang dilakukan di Yogyakarta, dan objek dalam penelitian ini yaitu fitur layanan pesan antar makanan ShopeeFood.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki enam variabel yang akan diuji. Keenam variabel tersebut adalah kualitas layanan elektronik, kualitas makanan, promosi penjualan, nilai keuntungan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Dari enam variabel tersebut diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap nilai keuntungan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap nilai keuntungan?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap nilai keuntungan?
6. Apakah terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan?
7. Apakah terdapat pengaruh nilai keuntungan terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap nilai keuntungan.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas makanan terhadap nilai keuntungan.
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh promosi penjualan terhadap nilai keuntungan.
6. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh nilai keuntungan terhadap loyalitas pelanggan.
8. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan pengetahuan terkait dampak kualitas layanan elektronik, kualitas makanan, promosi penjualan, kepuasan pelanggan, dan nilai keuntungan yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk PT Shopee International Indonesia saat mengambil keputusan terkait meningkatkan kualitas layanan elektronik, kualitas makanan, promosi penjualan, kepuasan pelanggan, dan nilai keuntungan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Bagi Pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dalam membentuk kebijakan guna meningkatkan perekonomian Indonesia melalui layanan pesan antar makanan.

1.5 Sistematika Penulisan

Guna memberikan gambaran terkait penulisan ini, penelitian ini tersusun atas lima bab sebagai berikut:

Bab I: Pendauluan

Bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan penelitian.

Bab II: Tinjauan Pustaka

menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian dan juga berisikan rangkuman dari penelitian terdahulu, hipotesis, dan model riset penelitian.

Bab III: Metode Penelitian

menguraikan mengenai lokasi penelitian, metode pengumpulan data, sumber data, metode pengambilan sampel, definisi operasional, metode pengujian instrumen penelitian dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini.

Bab IV: Analisis dan Pembahasan

Pada bab metode penelitian, berisikan hasil analisis data seperti statistik deskriptif, hasil pengukuran variabel penelitian dan analisis pembahasan dari olahan data mengenai variabel yang ada di penelitian.

Bab V: Penutup

Bagian ini berisikan kesimpulan, implikasi manajerial, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

