

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Di era milenial saat ini, internet menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Internet berperan dalam memenuhi dan mendukung kebutuhan hidup sehari-hari. Kehadirannya membuat berbagai aktivitas masyarakat menjadi lebih efisien dan efektif, dengan manfaat yang terus berkembang seiring waktu. Dengan kemajuan pesat dalam teknologi internet, kini telah menjangkau berbagai sektor seperti ekonomi, sosial, hiburan, dan keamanan.

Perkembangan internet yang cepat, terutama dalam sektor telekomunikasi dan smartphone, telah memberikan pengaruh besar terhadap perilaku konsumen dan niat beli mereka. Di era teknologi digital ini, perusahaan-perusahaan digital diharuskan untuk bersaing secara ketat. Inovasi dalam teknologi digital digunakan sebagai strategi oleh perusahaan-perusahaan untuk mengalahkan kompetitor. Kehadiran teknologi berbasis internet mempermudah pemenuhan kebutuhan masyarakat. Indonesia adalah salah satu negara yang mengalami pengaruh dari perkembangan internet. Teknologi yang diciptakan terus berkembang seiring dengan kebutuhan manusia untuk mempermudah kehidupan sehari-hari. (CHERIAG,2021)

Sepuluh tahun terakhir ini, teknologi sudah mengalami banyak kemajuan serta perkembangan, terutama dengan meningkatnya era digitalisasi dan globalisasi terutama dalam sepuluh tahun terakhir ini. Teknologi telah banyak memberikan kemudahan bagi penggunaannya. Terutama dalam bidang industri makanan dan juga minuman. Salah satu perkembangan paling mencolok dalam kurun waktu 5 tahun terakhir adalah munculnya sebuah layanan pesan-antar makanan daring yang

dikenal lebih luas sebagai Online Food Delivery (OFD) (Nugroho, n.d.). Dimana aplikasi ini memungkinkan para penggunanya untuk memesan makanan atau minuman dari berbagai macam restoran tanpa harus bersusah payah untuk pergi ke restoran tersebut. Ini terjadi semenjak pandemi covid-19 pada tahun 2020, yang mendorong pelanggan untuk menggunakan aplikasi layanan pesan-antar makanan daring. Dikarenakan cepat, sederhana dan efektif tanpa perlu meninggalkan rumah atau berinteraksi secara langsung. (SalmaAulia Rahardjo¹, Iswati², 2024).

Munculnya berbagai layanan pesan-antar makanan online telah menciptakan persaingan yang sangat intens, terutama di sektor ini, dengan adanya platform seperti Grabfood, Go-food, Shopee Food, dan Garuda. Banyak produsen yang berpartisipasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk menjadikan orientasi pada kepuasan pelanggan dan kualitas layanan sebagai prioritas utama. (Yunansyah, 2020).

PT. Solusi Transportasi Indonesia (GRAB) adalah salah satu perusahaan yang menyediakan layanan transportasi dan berbagai kebutuhan lainnya yang dapat diakses oleh masyarakat melalui aplikasi yang tersedia di Play Store. Penelitian ini sangat relevan, terutama bagi PT. Solusi Transportasi Indonesia (GRAB), mengingat pesatnya perkembangan layanan GrabFood di kota-kota besar. Perubahan perilaku konsumen yang dipicu oleh kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi telah memengaruhi cara mereka memenuhi kebutuhan. (PUTRI, 2023)

Salah satu perusahaan transportasi daring, yaitu Grab, menawarkan berbagai layanan antar makanan Terdapat layanan *fooddelivery* disebut dengan GrabFood. GrabFood adalah layanan pengantaran makanan yang disediakan oleh Grab. Untuk melakukan pemesanan, pengguna cukup membuka aplikasi Grab dan memilih opsi

GrabFood. Layanan ini dirancang untuk membantu pelanggan dalam membeli makanan dan minuman dengan cara yang lebih praktis, sehingga mereka tidak perlu pergi ke restoran untuk mendapatkan pesanan mereka, yang tentunya menghemat waktu. Aplikasi GrabFood juga dilengkapi dengan fitur promosi, yang menawarkan berbagai penawaran menarik seperti diskon persentase, gratis ongkir, diskon untuk item tertentu, dan promo bundling. Berkat promosi ini, harga makanan menjadi lebih terjangkau bagi pelanggan

Untuk menjadi pilihan utama bagi pelanggan, penting untuk menetapkan harga ongkos kirim yang tepat dan sesuai. Harga ongkos kirim memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan; jika harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan mereka akan meningkat. Dan kemudahan penggunaan aplikasi memudahkan para pengguna untuk mencari harga diskon yang dipromosikan oleh aplikasi grab. Namun terdapat perbedaan harga di aplikasi grabfood lebih tinggi daripada harga di outlite disertai dengan terbatasnya daya jangkau driver dan kode promo bagi pelanggan atau pengguna grabfood. Permasalahan tersebut melatarbelakangi penulis untuk meneliti tentang **“Pengaruh Promosi, Harga Dan”** Kemudahan Penggunaan Aplikasi Grabfood Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa di Jombang”

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh secara signifikan

terhadap kepuasan pelanggan?

4. Apakah promosi, harga, dan kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang diangkat daalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui apakah promosi, harga, dan kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

1.4. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat apabila ingin menggunakan layanan teknologi untuk memudahkan memesan dan mengambil makanan serta minuman dengan memperhatikan penetapan harga, penggunaan kode promo dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap kepuasan pelanggan dimasa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber data untuk penelitian yang akan datang dan sebagai penyedia informasi serta membantu pengambilan keputusan bagi masyarakat yang menjadikan layanan teknologi sebagai jasa pesan antar makanan.

