

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Covid-19 merupakan wabah penyakit berbahaya yang menyerang sistem pernafasan manusia. Wabah ini pertama kali muncul di Kota Wuhan, Hubei, China pada Desember 2019. Hingga saat ini Covid-19 telah menyebar begitu cepat ke berbagai Negara di seluruh dunia termasuk Indonesia. Di Indonesia pandemi Covid-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat tetapi juga berpengaruh pada berbagai bidang seperti bidang ekonomi, bisnis, pariwisata industri, pendidikan, kehidupan sosial masyarakat dan lain-lain (Maryanti, 2021).

Pesatnya perkembangan pada pandemi Covid-19 membuat pemerintah Indonesia memberlakukan kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dan *sosial distancing* sebagai upaya untuk menekan laju perkembangan Covid-19. Masyarakat diharuskan menjalankan aktivitasnya dari rumah seperti bekerja, belajar termasuk melaksanakan ibadah sampai batas waktu yang belum dapat dipastikan oleh pemerintah. Adanya pemberlakuan kebijakan tersebut membawa dampak yang cukup signifikan terhadap perubahan pada kebiasaan dan pola perilaku masyarakat dalam berbelanja yang dimana dulu masyarakat lebih senang berbelanja secara *offline* kini harus beralih ke *online*.

Banyak masyarakat yang sebelumnya tidak pernah melakukan belanja secara online kini harus mengandalkan platform belanja digital untuk dapat memenuhi

kebutuhannya. Selama masa pandemi Covid-19 masyarakat lebih memilih untuk belanja makanan, barang, dan kebutuhan rumah tangga melalui aplikasi. Selain lebih mudah dalam melakukan transaksi, cara ini juga lebih praktis dibandingkan dengan harus pergi ke toko secara langsung. Salah satu aplikasi yang dapat membantu memudahkan masyarakat dalam menerapkan *social distancing* adalah aplikasi transportasi *online*.

Di Indonesia terdapat berbagai aplikasi yang menyediakan jasa layanan transportasi online, salah satunya Grab. Grab adalah sebuah aplikasi yang menyediakan layanan jasa transportasi berbasis online. Grab saat ini telah memiliki berbagai fitur layanan yang dapat diakses lewat aplikasi mobile seperti *Grabfood*. *Grabfood* merupakan layanan pesan antar makanan berbasis online yang disediakan untuk memudahkan para penggunanya. Dengan *Grabfood*, masyarakat dapat dengan mudah melakukan transaksi memesan makanan yang diinginkan hanya dengan menggunakan *smartphone* tanpa perlu pergi ke warung makan. Saat ini Grab sudah beroperasi hampir diseluruh wilayah Indonesia salah satunya di Provinsi Bali. Grab sudah memasuki beberapa Kabupaten/Kota seperti Kota Singaraja. Kota Singaraja merupakan ibu kota dari Kabupaten Buleleng. Grab mulai beroperasi di wilayah kota Singaraja pada tahun 2018 karena melihat kondisi perekonomian di kota Singaraja sudah mengalami peningkatan dan mengingat tingginya minat yang ditunjukkan oleh warga sekitar serta dilihat dari jumlah UMKM yang menjadi Mitra Grab di Kota Singaraja sampai saat ini sekitar 230 unit yang telah terdaftar di layanan *Grabfood* (food.grab.com). Pada Tahun 2020 Grab berhasil meraih penghargaan Best Everyday App di Seluler Award (Aryanto, 2020). Berdasarkan data laporan *We Are Social* yang dirilis pada tahun

2020 menyebutkan jumlah pengguna Grab di Indonesia selama tahun 2020 mencapai 21,1 juta. Layanan pesan-antar makanan (*food delivery*) mengalami percepatan pertumbuhan selama masa pandemi. Menurut hasil riset yang dilakukan Momentum Works mencatat nilai total transaksi (*Gross Merchandise Volume/GMV*) layanan pesan-antar makanan milik Grab yaitu *Grabfood* mencapai sekitar Rp 83 Triliun di Asia Tenggara pada tahun 2020 sedangkan *Gofood* dari Gojek hanya 28 triliun. Hal ini dapat dikatakan bahwa *Grabfood* mengalami perkembangan secara pesat pada nilai transaksi pada tahun 2020. Meskipun nilai transaksi meningkat cukup pesat, namun dilihat pada *Top Brand Index* aplikasi Transportasi *Online* Grab masih menempati posisi kedua dengan nilai sebesar 43,5% dimana posisi pertama ditempati oleh Gojek dengan nilai sebesar 47,3% (*Top Brand Index*). Maka dari itu perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood* pada aplikasi Grab.

Keputusan pembelian adalah sebuah tindakan yang dilakukan secara nyata oleh konsumen dalam menentukan pembelian suatu produk (Simamora dan Fatira, 2019). Keputusan pembelian memegang peran yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha. Banyak perusahaan meneliti keputusan pembelian konsumen secara terperinci untuk mengetahui produk apa yang diminati oleh konsumen (Nasution, 2018). Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui hal tersebut adalah dengan mencari tahu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen itu sendiri. Suatu keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh persepsi harga, promosi, kualitas layanan dan kemudahan penggunaan (Setyarko, 2016). Menurut Wibowo dan Riyadi (2017) menyatakan

bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh gaya hidup, prestise, dan kelompok referensi. Menurut Purboyo (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor eksternal, faktor internal dan gaya hidup. Jadi dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga, promosi, kualitas layanan, kemudahan, gaya hidup, prestise, kelompok referensi, faktor eksternal dan faktor internal. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel gaya hidup dan kemudahan penggunaan, karena variabel gaya hidup berpengaruh dominan pada penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Riyadi (2017) dan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh paling dominan pada penelitian yang dilakukan oleh Setyarko (2016).

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen salah satunya adalah gaya hidup (Hasan, 2009). Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam bentuk kegiatan, minat dan opininya (Kotler dan Keller, 2012). Gaya hidup akan menampilkan seluruh dari pola tindakan dan interaksi dari seseorang. Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya. Gaya hidup merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis. Dengan memahami gaya hidup dari seseorang, maka akan menjadi peluang bagi pelaku bisnis untuk dapat menciptakan sebuah produk-produk yang sesuai dengan gaya hidup dari masyarakat tersebut (Febriani dan Kristianingsih, 2018). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Khoirun dan Qalyubi (2021) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Warayuanti dan Suryanto (2015) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Aziz (2015) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian secara online dapat dipengaruhi oleh faktor kemudahan penggunaan (Deavaj *et al*, 2003). Kemudahan adalah suatu tindakan seseorang yang merasa percaya bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah (Davis, 1989). Faktor kemudahan penggunaan pada aplikasi sangat berdampak terhadap perilaku konsumen dimana semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan suatu sistem teknologi, maka semakin tinggi juga tingkat penggunaan dari teknologi tersebut. Kemudahan dalam membeli suatu barang secara *online* sangat penting karena dengan banyaknya kemudahan yang diberikan oleh produsen akan dapat menjaga loyalitas dari konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan (Aziz dan Tiarawati, 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nawangsari dan Kamayanti (2018) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Rohman dan Fataron (2019) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengidentifikasi bahwa penjualan yang dilakukan secara online bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian produk dimana saja dan kapan saja. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliawan,dkk (2018) yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamila,dkk (2016) yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan tersebut, diduga terdapat pengaruh antara gaya hidup dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian serta adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk menguji “**Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Makanan melalui *Grabfood* pada Masa Pandemi Covid-19.**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah-masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Adanya perkembangan nilai transaksi *Grabfood* secara regional pada tahun 2020, namun dilihat pada data *Top Brand Index* Grab masih menempati posisi kedua.
2. Adanya perubahan pola perilaku pada konsumen dalam berbelanja selama masa pandemi Covid-19 yang sebelumnya *offline* beralih ke *online*.
3. Terdapat banyak variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Adanya kesenjangan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas, maka perlu memberikan batasan terhadap permasalahan yang terjadi. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel gaya hidup dan kemudahan penggunaan pada aplikasi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada wilayah Kota Singaraja

dengan subjek penelitian konsumen yang pernah melakukan pembelian makanan menggunakan layanan *Grabfood* pada masa pandemi Covid-19.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah-masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup dan kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood* pada masa pandemi Covid-19?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood* pada masa pandemi Covid-19?
3. Apakah kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood* pada masa pandemi Covid-19?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dari itu untuk tujuan penelitian ini adalah untuk menguji sebagai berikut :

1. Pengaruh gaya hidup dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood* pada masa pandemi Covid-19.
2. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood* pada masa pandemi Covid-19.
3. Pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood* pada masa pandemi Covid-19.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memberikan berbagai manfaat dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran tentang pengaruh dari gaya hidup dan kemudahan terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak *Grabfood* sebagai tambahan informasi dan pertimbangan untuk menentukan strategi marketing yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk makanan menggunakan layanan *Grabfood*.

