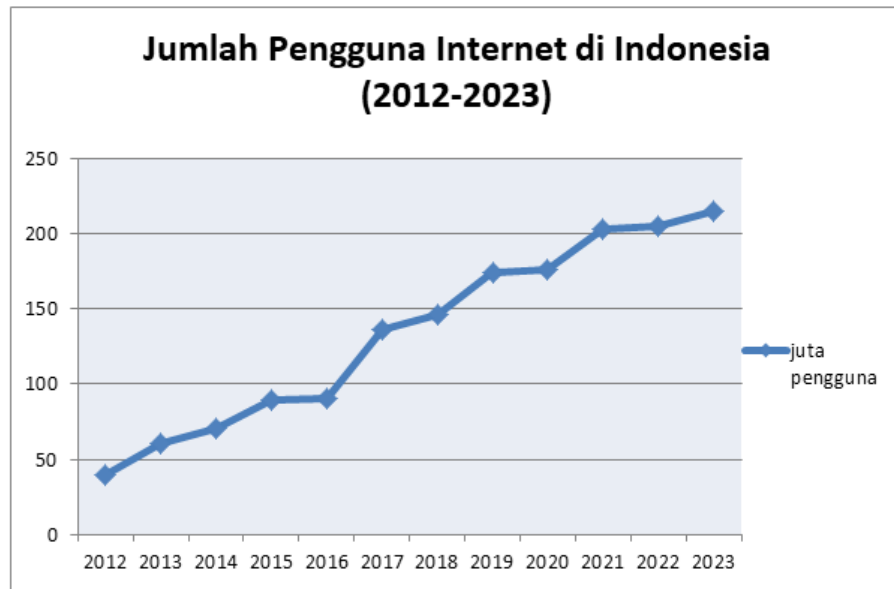


BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman, perkembangan teknologi dan perangkat seluler merupakan salah satu hal yang menjadi kebutuhan masyarakat. Saat ini masyarakat memilih opsi praktis, efektif, dan efisien. Dengan semakin berkembangnya teknologi maka semakin banyak pula aplikasi – aplikasi yang didesain dengan berbagai inovasi untuk memudahkan pekerjaan manusia. Dalam kegiatan sehari – hari perkembangan teknologi hadir sebagai peran penting di antara kehidupan masyarakat.



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia
sumber : dataindonesia.id dan www.apjii.or.id (data diolah)

Dilihat dari laporan yang tertera diatas yang diambil dari website dataindonesia.id, 2023 dapat dilihat grafik masyarakat Indonesia dalam mengakses internet terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan paling signifikan terjadi antara tahun 2016 menuju tahun 2017. Dimana pada tahun 2016 terdapat 90,7 juta pengguna internet, dan bertambah 45,3 juta pada tahun 2017. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari internet terhadap kehidupan masyarakat saat ini. Salah satunya adalah inovasi aplikasi yang dikembangkan untuk memudahkan kehidupan masyarakat. Contohnya adalah aplikasi Grab.

Grab adalah aplikasi yang didirikan oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling di tahun 2011 dan mulai hadir di Indonesia pada bulan Mei 2014. Grab sangat membantu dalam penyediaan jasa transportasi online kepada masyarakat sehingga banyak diminati oleh masyarakat. Ketika maraknya pandemi Covid-19 di Indonesia, Grab tetap berusaha untuk mengatasi kegelisahan serta kekhawatiran masyarakat dengan menghadirkan fitur layanan berupa *Grab Protect* dengan syarat utama adalah pengemudi (*driver*) wajib sudah vaksin sebanyak 2 (dua) kali dan menyediakan *hand sanitizer* serta, palang yang membatasi antara penumpang dan pengemudi.

Dilihat dari usaha yang diberikan oleh Grab untuk tetap melayani masyarakat dalam kondisi apapun, tidak heran Grab dapat menarik minat pelanggan dengan mudah. Minat pelanggan adalah suatu hal yang dapat menarik dan membuat calon konsumen berniat untuk melakukan transaksi setelah melalui berbagai pertimbangan. Hal – hal yang dapat menarik minat pelanggan adalah : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Efisiensi Waktu.

Harga adalah suatu nominal yang ditetapkan oleh produsen atau penjual yang berfungsi sebagai patokan suatu barang dan ditetapkan berdasarkan berbagai perhitungan yang menjadi cerminan kualitas suatu barang dan jasa. Grab memiliki harga tarif per meter yang memudahkan proses perhitungan ongkos untuk dibayarkan oleh pelanggan kepada pengemudi. Grab selalu memberikan banyak promo, voucher diskon maupun cashback. Hal tersebut menjadi salah satu keunggulan yang membuat Grab sangat diminati oleh pelanggannya. Dari penelitian yang dilakukan oleh Nufauzi,dkk (2023) didapatkan bahwasanya harga berpengaruh karena memberikan dampak penting bagi pelanggan yang merasa adanya pengaruh harga barang terhadap kualitas barang yang dijual.

Kualitas Pelayanan adalah penilaian tentang bagaimana pelanggan diperlakukan dan apakah pelanggan merasa cukup dengan layanan yang diberikan. Dalam hal ini Grab membuat fitur pemberian bintang dan ulasan yang dapat diberikan pelanggan kepada pengemudi diakhir untuk memastikan tidak adanya kendala dalam perjalanan. Dari penelitian yang dilakukan Arianto, N., & Difa, S.A. (2020) didapatkan bahwasanya kualitas pelayanan memiliki dampak positif terhadap minat pelanggan dan oleh karena itu pelatihan untuk meningkatkan keahlian dalam melayani sangat diperlukan.

Efisiensi Waktu adalah kemampuan dalam menggunakan waktu sehingga tidak terlalu banyak waktu yang terbuang sia-sia sebaliknya justru dihabiskan untuk hal yang tepat. Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti variabel efisiensi waktu dikarenakan belum begitu banyak penelitian yang menggunakan variabel tersebut. Selain itu, penulis merasa adanya keterkaitan antara waktu dengan minat pelanggan dalam berlangganan transportasi online Grab sehingga variabel tersebut dimasukkan sebagai salah satu variabel independen dalam penelitian ini.

I.2 Tinjauan Pustaka

I.2.1 Teori Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Dari penelitian yang dilakukan oleh Gunarsih, C.M., Kalangi, J.a., & Tamengkel, L.F. (2021) harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dikarenakan kebanyakan atau rata-rata pembelian yang terjadi ditentukan oleh nilai harga produk. Sedangkan dari penelitian yang dilakukan oleh Sri Mulyana (2021) harga tidak memiliki pengaruh positif dikarenakan adanya pertimbangan lain yang meliputi keinginan pembeli sehingga harga tidak dijadikan sebagai suatu prioritas utama.

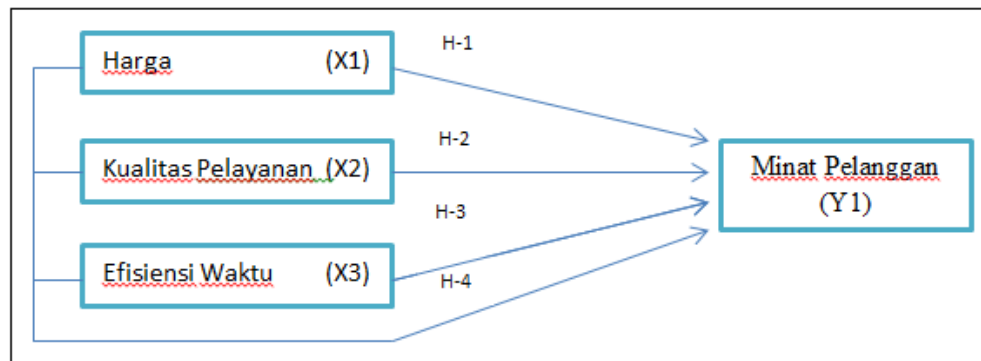
I.2.2 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli

Dari penelitian yang dilakukan oleh Cesariana, C. dkk. (2021) kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian disebabkan karena pembeli akan semakin yakin untuk bertransaksi apabila kualitas pelayanan yang diberikan terus membaik. Sedangkan dari penelitian yang dilakukan oleh Inneke Nadya Y.Y. (2020) kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan disebabkan karena beberapa responden lebih mengutamakan faktor lain dibandingkan dengan kualitas pelayanan.

I.2.3 Teori Pengaruh Efisiensi Waktu Terhadap Minat Beli

Dari penelitian yang dilakukan oleh Anggraini, A. (2020) efisiensi waktu memiliki pengaruh yang positif kepada minat pengguna dalam hal bertransaksi menggunakan aplikasi *ovo* dibandingkan pembayaran yang menggunakan uang tunai.

I.3 Kerangka Konseptual



Gambar 1.2 Kerangka Konseptual

Keterangan yang didapat dari kerangka konseptual diatas yaitu :

H₁ :Variabel harga (X1) berpengaruh terhadap minat pelanggan (Y) secara parsial.

H₂ :Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap minat pelanggan (Y) secara parsial.

H₃ :Variabel efisiensi waktu (X3) berpengaruh terhadap minat pelanggan (Y) secara parsial.

H₄ :Variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan efisiensi waktu (X3) berpengaruh terhadap minat pelanggan (Y) secara simultan.