
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN GOFOOD DI SURABAYA

Wilsoon Yang¹

¹Universitas Widya Kartika

Email: wilsoonyang10@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa maju dunia makanan sampai ke era digital yang membuat semua bisa dipesan secara online dan semua bisa dilakukan dengan mudah. Perlu disadari bahwa perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian juga mempengaruhi karena yang awalnya hanya menggunakan Gofood sebagai layanan pemesanan makanan online mulai mencoba menggunakan untuk membandingkan dengan layanan baru dari aplikasi pesaingnya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 orang narasumber dengan menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian membuktikan bahwa ada 5 faktor yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli menggunakan aplikasi gofood yaitu faktor fisiologis, faktor pekerjaan, faktor sosial, faktor pribadi dan minat pembelian konsumen dalam mengambil keputusan pembelian serta prinsip ekonomi yang sudah menjadi bagian dari keseharian masyarakat.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Minat Pembelian Konsumen, Era Digital

ABSTRACT

The development of technology brings forward the world of food to the digital era that makes everything can be ordered online and everything can be done easily. It should be realized that consumer behavior in making purchase decisions also affects because those who initially only used Gofood as an online food ordering service began to try to use it to compare with new services from competing applications. The sample used in this study was 10 resource persons using non-probability sampling techniques using the purposive sampling method. The results of the study prove that there are 5 factors that make consumers decide to buy using the gofood application, namely physiological factors, work factors, social factors, personal factors and consumer purchase interests in making purchase decisions and economic principles that have become part of people's daily lives.

Keywords: Consumer Behavior, Purchase Decision, Consumer Purchase Interest, Digital Age

1. PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Kemajuan dunia teknologi saat ini dalam perkembangan zaman sangat pesat dalam informasi untuk menuntut para pelaku usaha untuk dapat memahami serta memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing. Meningkatnya jumlah pemakaian internet secara drastis setiap tahunnya, serta perilaku konsumen yang menginginkan informasi cepat dan transaksi yang dapat dilakukan selama 24 jam, faktor pendorong berkembangnya bisnis berbasis teknologi informasi menjadikan para pebisnis bersaing menciptakan inovasi terbaru serta melihat dari fenomena yang terjadi di masyarakat hingga internet sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat.

Sehingga internet ini menjadi salah satu strategi dan memberi kesempatan kepada perusahaan besar dan kecil untuk menawarkan secara cepat dengan biaya murah, menanggapi produk dan pelayanan dengan kualitas tinggi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Internet membuat wajah baru untuk komunikasi interaktif antara konsumen, penjual, dan rekan bisnis lainnya. Hal ini memungkinkan bahwa perusahaan mampu berinteraksi dan bekerja sama secara terus menerus dalam melakukan pengembangan produk, pemasaran, pengiriman, pelayanan, dan dukungan teknik. Salah satunya dengan

menggunakan sebuah layanan Gofood untuk memesan dan mengantarkan makanan yang berbasis online di dalam aplikasinya yaitu Gojek.

Namun banyak pesaing layanan di bidang tersebut yang masih tergolong baru mulai muncul, selain itu konsumen yang awalnya hanya menggunakan gofood sebagai layanan pemesanan makanan online mulai mencoba menggunakan untuk membandingkan layanan baru dari aplikasi pesaingnya tersebut juga yang dimana masih tergolong baru daripada gofood.

LATAR BELAKANG

Ahmad Syahbuddin (2018) Penelitian ini berjudul "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor". Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan cara mengenai suatu kenyataan empiris dari objek yang dijadikan penelitian yang menggunakan teknik Field Research (penelitian lapangan) penelitian dalam kanca kehidupan yang sebenarnya dengan datang langsung, mengunjungi, mempelajari dan melakukan wawancara pada masyarakat petani kopi di desa Padang Cahya Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat. Hasil penelitian pada masyarakat petani kopi di desa Padang Cahya yang ditinjau dari faktor pribadi dalam teori perilaku konsumen yaitu pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup.

Yeti Octavia (2019) Penelitian ini berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan GrabFoodCourier terhadap Kepuasan Pelanggan Karyawan di Puskesmas Baskiller Mad Bengkulu" dilakukan oleh Yeti Octavia, mahasiswi Institut Agama Islam Sawah Bengkulu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kurir grabfood terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Baskiller Mad di Bengkulu. Hasil penelitian survei menunjukkan bahwa kualitas layanan kurir grabfood berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan petugas Puskesmas Basuki Rahmad Bengkulu sebesar 0,05.

Lisnawati, Aslamia Rosa, Dessy Yunita, Hartati (2019) Penelitian ini berjudul "Keputusan Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Pengiriman Makanan Online di Palembang" dilakukan oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya Lisnawati, Aslamia Rosa, Dessy Yunita dan Hartati. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, produk, iklan, dan distribusi terhadap pilihan konsumen untuk menggunakan layanan pesan antar belanjaan online. Hasil penelitian survei menunjukkan bahwa keputusan untuk menggunakan layanan pengiriman bahan makanan online sangat dipengaruhi oleh bauran e-marketing, yang menggunakan faktor pengganti sebagai faktor utama adalah faktor produk elektronik, itu tidak begitu besar.

RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah yang akan diangkat oleh peneliti terkait dengan latar belakang yang telah dijelaskan pada sebelumnya untuk memperoleh bukti empiris tentang perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian layanan *gofood* di Surabaya.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diangkat, tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mempelajari perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian layanan *gofood* di Surabaya.

MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat-manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan peneliti dari banyaknya teori-teori yang dibaca dan digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, selain itu peneliti juga dapat mengetahui kondisi dan minat masyarakat saat ini serta dapat mempelajari perilaku konsumen yang mempengaruhi pembentukan minat tersebut, sehingga peneliti dapat memberikan solusi bagi masalah yang sedang diteliti dan bermanfaat bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pengalaman untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pada praktik nyata.
2. Bagi Pembaca: Dari hasil penelitian ini, diharapkan para pembaca dapat memperoleh informasi yang relevan terkait dengan kondisi saat ini serta dapat digunakan sebagai acuan untuk dapat melakukan penelitian lanjutan demi penyempurnaan atau pengembangan dari penelitian ini.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan suatu tujuan dan fungsi kegunaan tertentu. Dalam melakukan penelitian perlu adanya suatu metode penelitian yang sesuai untuk bisa memperoleh suatu data atau mendapatkan sebuah data yang akan diteliti dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2019:2).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, namun sumber data utama penelitian ini adalah data penelitian yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti dari konsumen yang melakukan pembelian makanan dan minuman di Surabaya minimal 1 kali dalam seminggu menggunakan aplikasi gojek layanan gofood dalam periode yang telah ditentukan oleh peneliti, dalam hal ini peneliti ingin mengetahui alasan utama keputusan pembelian konsumen memilih dan memutuskan untuk membeli pemesanan makanan online dengan layanan gofood yang ada di aplikasi gojek dengan menggunakan metode wawancara mendalam secara langsung.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah melakukan observasi dan wawancara secara mendalam dengan metode penilaian dengan melakukan pengamatan langsung dan sistematis. Menurut (Moleong, 2005 : 186) wawancara secara mendalam merupakan proses menggali informasi secara lebih mendalam, terbuka, bebas dengan masalah fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian.

Populasi pada penelitian ini adalah semua orang yang pernah menggunakan layanan jasa pemesanan makanan online terutama gofood di Kota Surabaya selama tahun 2022.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yang digunakan adalah non-probability sampling, karena peneliti mengambil sampel secara acak, tetapi berdasarkan persyaratan yang telah ditentukan, serta menggunakan purposive sampling. (Sugiyono, 2016:368).

Analisis data menurut Sugiyono (2007:333) adalah proses mencari serta menyusun data hasil wawancara dan observasi secara sistematis dengan cara mengorganisasikan data penting yang pada akhirnya nanti akan menjadi lebih mudah dipahami. Adapun tahapan analisis data kualitatif dengan model interaktif menurut Miles & Huberman (1992:21), yakni adalah: reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

Menurut Arikunto (2019, hlm. 136) metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan.

Menurut Hendryadi, et. al, (2019:218) Penelitian kualitatif merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami.

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diambil dari hasil hasil wawancara dengan beberapa orang Surabaya. Jumlah informan adalah 10 orang yang memenuhi kriteria penelitian yaitu berdomisili di Surabaya.

Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah studi pustaka dan wawancara. Peneliti membaca buku – buku, jurnal, artikel, dan juga berita sebagai referensi. Wawancara dalam penelitian ini juga dilakukan dalam mencari informasi tentang penelitian yang diteliti. wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada narasumber.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yaitu menurut Sugiyono (2017:147) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

DESKRIPSI NARASUMBER

Data penelitian diambil dari pengguna aktif *gofood* di Surabaya tahun 2023 yang menjadi sampel data penelitian sebanyak 10 orang yang aktif menggunakan *gofood* selama jangka waktu yang ditentukan oleh peneliti.

HASIL

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, maka peneliti akan mendeskripsikan hasil wawancara yang dicari dalam hal unsur 5w+1h yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian memesan makanan menggunakan layanan *gofood* di Surabaya, antara lain:

PEMBAHASAN

1. Produk apa yang Sering Dibeli di Gofood

Berdasarkan jawaban dari narasumber dalam wawancara yang telah dilakukan, mereka biasanya membeli makanan berat, minuman dan jajan, tetapi rata-rata narasumber yang di wawancara menjawab bahwa mereka lebih sering membeli makanan berat daripada minuman dan jajan. Dan hal ini sesuai dengan kebutuhan kebutuhan dasar manusia untuk makan, minum dan tempat tinggal untuk hidup. Bukti, setiap manusia memiliki kebutuhan yang harus terpenuhi dalam kehidupan sehari-hari ada di posisi kebutuhan paling dasar.

2. Alasan Keputusan Pembelian

Adapun alasan keputusan pembelian narasumber rata-rata lebih memilih makanan berat daripada minuman atau jajan adalah karena sudah menjadi kebutuhan hidup untuk perlu makan makanan berat. Selain itu karena tidak tersedianya makanan di rumah maupun saat berada di tempat kerja juga merupakan alasan mereka untuk memesan makanan menggunakan *gofood*. Alasan tidak tersedianya makanan di sekitar mereka dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti sibuk bekerja yang mengakibatkan tidak ada waktu untuk membeli dan mengelola makanan sendiri sehingga para

narasumber yang di wawancarai rata-rata merasa memilih untuk membeli makanan berat adalah hal yang wajar. Hal ini sesuai dengan budaya masyarakat Indonesia yang beranggapan bahwa jika tidak makan makanan berat seperti nasi itu berarti masih belum makan.

3. Alasan Menggunakan Gofood

Adapun alasan narasumber memilih menggunakan gofood dibandingkan aplikasi lainnya adalah karena promo yang ditawarkan oleh gofood cukup besar untuk jumlah pembelian makanan besar sehingga total harga makanan yang di pesan akan terhitung lebih murah dibandingkan aplikasi lainnya. Adapun karena promo makanan favorit yang diberikan sesuai dengan syarat dan ketentuan konsumen serta kemudahan dalam menggunakannya. Gofood sendiri juga memiliki kelebihan dimana dengan adanya metode pembayaran tunai dan gopay bisa digabungkan atau digunakan secara bersamaan (double payment), membuat konsumen merasa menjadi lebih efisien dalam bertransaksi dan untuk hal voucher promo dalam gofood juga sangatlah mudah karena voucher promo yang ada itu langsung terpasang tanpa kita harus mencari atau claim-claim terlebih dahulu dan masih bisa juga digabungkan dengan voucher promo lainnya.

4. Sumber Informasi Mengenai Layanan Gofood

Adapun sumber informasi yang narasumber dapatkan tentang gofood melalui berbagai macam sumber seperti sosial media, keluarga, lingkungan sekitar dan lain-lain. Dari berbagai sumber tersebut informasi yang paling sering mereka dapatkan adalah dari sosial media seperti tiktok, instagram, youtube dan masih ada juga dari faktor keluarga seperti anak, serta lingkungan sekitar yaitu teman kerja. Sesuai dengan perubahan gaya hidup orang di era digital saat ini informasi akan lebih mudah dan cepat didapatkan melalui media digital.

5. Kebiasaan Penggunaan Gofood

Rata-rata dari narasumber mulai mengetahui dan menggunakan gofood pada tahun 2018 dengan banyaknya promo-promo yang diberikan dan hebohnya aplikasi layanan pertama yang hadir sebagai jasa pemesanan makanan online, namun tidak lama setelah itu konsumen mulai beralih menggunakan aplikasi layanan seperti grabfood dan shopeefood dengan alasan mengejar promo, akan tetapi dari beberapa narasumber menjelaskan bahwa mereka mungkin berpindah penggunaan aplikasi layanan sementara. Sedangkan untuk waktu penggunaan mereka menggunakan layanan gofood ada pada saat siang dan malam hari. Rata-rata dari mereka memesan makanan berat menggunakan gofood pada siang hari, karena menurut kebiasaan mereka yang sedang berkerja sangatlah sibuk sehingga tidak memiliki waktu untuk berbelanja atau memasak sendiri. Semua perbedaan tersebut tentu dipengaruhi oleh pola pikir yang dimiliki oleh setiap orang. Sebagian besar narasumber memesan makanan menggunakan gofood dengan alasan yang berbeda-beda, bila dibandingkan dengan harus keluar dan membeli bahan makanan sendiri kemudian memasak sendiri, dengan memesan makanan menggunakan gofood merupakan cara yang lebih mudah dan praktis untuk dilakukan atau mengejar promo.

6. Kesan Menggunakan Gofood

Mengenai kesan menggunakan gofood, kebanyakan narasumber merasa puas, bermanfaat, praktis, juga sangat terbantu menggunakan layanannya karena banyak promo, mudah mendapatkan driver dan sangat terbantu dengan adanya metode pembayaran tunai dan gopay (double payment). Melalui hal tersebut, gofood sangat berhasil memberikan kesan yang baik kepada pelanggan sehingga memberikan nilai positif tersendiri.

4. KESIMPULAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan terhadap pembelian makanan menggunakan layanan gofood di Surabaya yang menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi terhadap Analisis Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Layanan Gofood Di Surabaya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor pertama menurut data yang sudah diperoleh peneliti adalah faktor fisiologis dimana ini adalah faktor kebutuhan manusia yang paling mendasar yang harus terpenuhi yaitu membutuhkan makanan demi bertahan hidup.
2. Yang kedua adalah faktor pekerjaan yang kita ketahui bahwa era saat ini rata-rata para pekerja mempunyai kesibukan yang berbeda masing-masing dalam pekerjaannya sehingga kebanyakan memutuskan untuk membeli makanan secara online, karena tidak mempunyai banyak waktu untuk memasak sendiri.
3. Adapula yang ketiga adalah karena faktor sosial dengan adanya sosial media yang membuat segala sesuatu informasi menjadi lebih cepat menyebar terkait hal baru atau trendnya memesan makanan secara online dengan banyak promo, serta adanya faktor sosial dari keluarga dan teman yang merekomendasikannya sehingga membuat kita yang awalnya tidak tahu menjadi ingin tahu atau mencobanya karena ini adalah sifat mendasar manusia.
4. Keempat adalah faktor pribadi masing-masing dimana ini adalah faktor yang timbul dari keadaan atau konsep pribadi memesan makanan secara online menggunakan gofood sudah menjadi gaya hidup karena tidak bisa memasak, tidak mempunyai waktu memasak atau tidak ada yang menjual makanan disekitarnya.
5. Faktor kelima adalah minat pembelian konsumen yang kita ketahui adalah adanya dorongan atau perasaan dimana meninggalkan kesan baik terhadap suatu produk atau jasa, bisa kita ketahui bahwa konsumen pernah berpindah dari gofood ke aplikasi lain untuk kejar promo akan tetapi untuk aplikasinya tidak mereka hapus, kemudian kembali lagi memakai gofood.

SARAN

Berdasarkan tanggapan narasumber mengenai Gofood, maka saran untuk pihak Gofood adalah sebagai berikut:

1. Agar kedepannya bisa memberikan keadilan rata pada setiap akun konsumen untuk voucher promo
2. Agar kedepannya juga bisa memberikan maps yang lebih tepat agar para driver tidak kesulitan lagi untuk mencari titik lokasi pengantaran yang tepat
3. Untuk para driver mungkin bisa membawa uang kas untuk menjadi uang kembalian untuk berjaga-jaga dari konsumen yang melakukan dengan metode pembayaran uang tunai

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia Dian Evasari, Ahmad Yani, Erwin Syahputra. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Pucung Jamban Kras Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19. *REVITALISASI*.
- Dodiy Fahmeyzan, Siti Soraya, Desventri. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan. *Jurnal Varian*.

- Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si., Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M.M. (2019). *Pemasaran Jasa : Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta : Deepublish, 2019.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Prenadamedia Group, 2019.
- Farid Madjodjo, Fadli Dahlan. (2020). Analisis kinerja Badan Usaha Milik Desa dalam pengelolaan anggaran untuk meningkatkan pengolahan potensi desa di Desa Akedotilou. *Indonesia Accounting Journal*.
- Firmansyah, D. M. (2019). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish, Yogyakarta, Indonesia.
- Iisnawati Iisnawati, Aslamia Rosa, Dessy Yunita, Hartati Hartati. (2019). Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan Antar Makanan Online di Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya (JMBS)*.
- Leon G. Schiffman, L. L. (n.d.). Pearson Prentice Hall, 2007.
- Metode Penelitian Kuantitatif, K. d. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Novita Novita, Nurkadri Nurkadri, Harly Nugraha, Bernad Simanjuntak. (2022). Analysis Knowledge of PJKR Student Scientific Journal Articles. *Jurnal Maenpo : Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi*.
- Nuriatullah Nuriatullah, Mahmud, Muhammad Syafaat. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Jurusan Ekonomi Syariah, 2020. *Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen pemasaran*. (B. Sarwiji, Ed.)
- Rindi Antika, Rohmawati Solikhah. (2021). PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PERSONAL DAN PSIKOLOGIS MAHASISWA IAIN PONOROGO TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH. *Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah*.
- Suliyanto. (n.d.). *Metode penelitian bisnis : untuk skripsi, tesis, dan disertasi* / Prof. DR. Suliyanto, S.E., M.M. (A. Cristian, Ed.)