

# BAB I

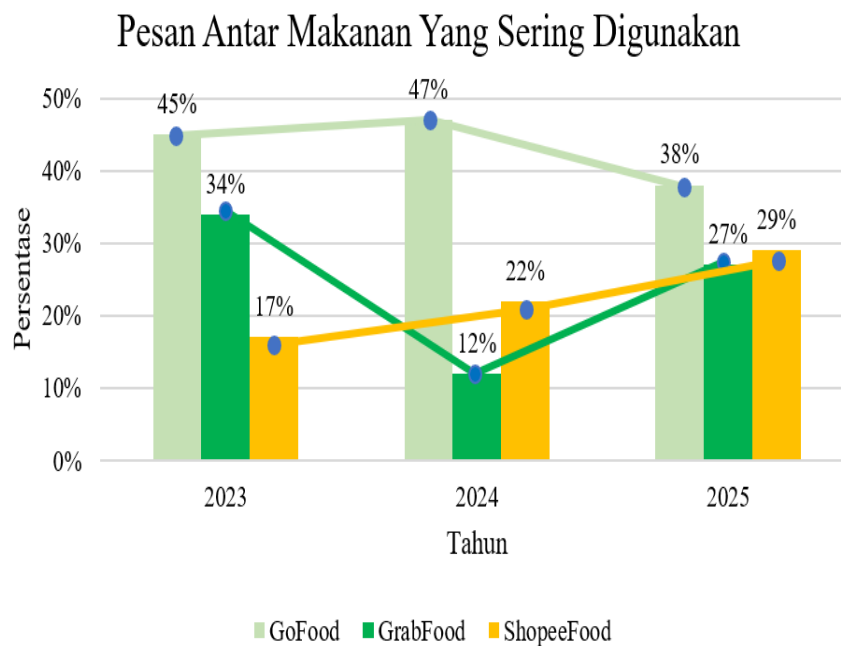
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, layanan berbasis *online* semakin berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk dalam sektor pemesanan makanan secara *online*. Pertumbuhan pesat platform layanan pesan-antar makanan menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi pengalaman pengguna. Kualitas layanan yang baik tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan secara fungsional, tetapi juga dengan bagaimana perusahaan mampu memberikan kenyamanan dan kepuasan secara menyeluruh. Kepuasan pelanggan merupakan faktor sangat penting bagi keberadaan, keberlangsungan, dan perkembangan perusahaan (Novia dkk., 2024). Tingkat kepuasan pelanggan nantinya akan menentukan loyalitas mereka, yaitu sejauh mana pelanggan bersedia untuk terus menggunakan layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Industri layanan pesan-antar makanan saat ini mengalami persaingan yang semakin ketat. Hal ini memicu peningkatan penggunaan platform digital dikarenakan tersedianya berbagai alternatif pilihan bagi konsumen, sehingga menuntut untuk mampu memberikan keunggulan atribut layanan dibandingkan dengan pesaingnya (Octaviani & Cahyadi, 2022). Persaingan antar penyedia layanan semakin kompetitif, sehingga kualitas layanan menjadi faktor utama dalam menarik dan mempertahankan kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Di

antara berbagai platform yang hadir di Indonesia, GoFood merupakan salah satu layanan utama yang dikembangkan oleh Gojek, bagian dari ekosistem PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk, Perusahaan teknologi berbasis aplikasi yang menyediakan berbagai layanan *online* di Indonesia. Sebagai platform pesan-antar makanan, GoFood berperan sebagai penghubung antara pelanggan, mitra restoran, dan mitra pengemudi untuk memfasilitasi transaksi pemesanan makanan secara digital. GoFood menempati posisi penting sebagai layanan pesan-antar makanan yang berkembang pesat sejak diperkenalkan pada tahun 2015 dengan pusat operasional di Jakarta.



Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Tingkat Layanan Pesan Antar Makanan Online

Tahun 2023 - 2025

(Sumber: Statista, 2023. Narasi Tv, 2024. Goodstats, 2025.)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Statista 2023, Narasi Tv 2024, dan Goodstats 2025), pada gambar 1.1 terlihat bahwa adanya dinamika yang cukup

signifikan pada penggunaan layanan pesan-antar makanan di Indonesia selama tiga tahun terakhir. GoFood pada tahun 2023 mencatat persentase pengguna sebesar 45% dan mengalami peningkatan menjadi 47% pada tahun 2024, namun menurun pada tahun 2025 dengan persentase 38%. GrabFood menunjukkan tren yang fluktuatif, dari 34% pada 2023 turun drastis menjadi 12% pada 2024, kemudian kembali naik menjadi 27% di tahun 2025. Sementara itu, ShopeeFood memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun, yakni 17% pada 2023, meningkat menjadi 22% pada 2024, dan mencapai 29% pada 2025. Perubahan tren ini mencerminkan adanya pergeseran perilaku konsumen serta meningkatnya persaingan antarplatform dalam menyediakan layanan pesan-antar makanan.

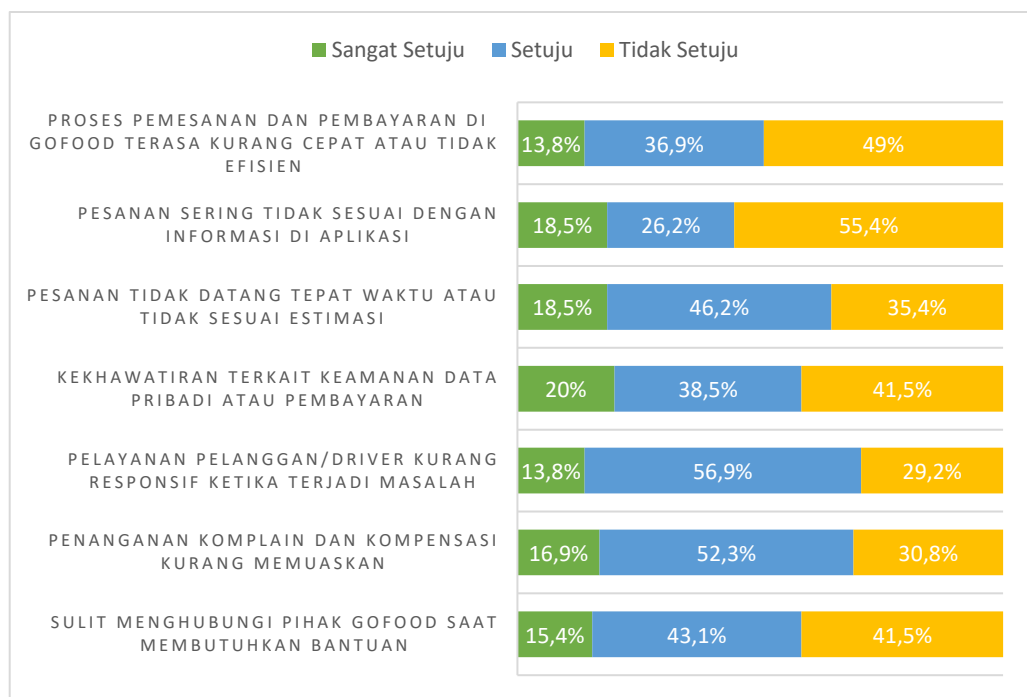
Data di atas juga menunjukkan bahwa meskipun GoFood masih mendominasi pasar layanan pesan antar makanan, terdapat indikasi penurunan penggunaan pada tahun terakhir. Tren ini mengisyaratkan adanya tantangan dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat. Kondisi tersebut menjadikan GoFood digunakan sebagai objek penelitian karena memiliki basis pengguna yang besar dan tingkat interaksi layanan yang tinggi, sehingga memungkinkan evaluasi kualitas layanan yang lebih komprehensif. Selain itu, posisinya sebagai market leader memberikan peluang analisis yang lebih mendalam mengenai aspek-aspek layanan yang perlu ditingkatkan agar dapat mempertahankan keunggulan kompetitif di industri layanan pesan antar makanan. Fenomena ini sejalan dengan temuan beberapa penelitian, menurut (Putra & Sari, 2022), menyatakan bahwa perubahan tren dalam penggunaan layanan pesan-antar

makanan tidak terjadi secara acak, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor penting. Faktor-faktor tersebut meliputi tingkat inovasi yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam menghadirkan fitur dan kemudahan baru, persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, serta pengalaman pelanggan yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya ekspektasi terhadap kualitas layanan digital.

Sebagai langkah awal untuk mengetahui kondisi kualitas layanan GoFood sebelum dilakukan penelitian utama, peneliti melaksanakan prasurvei kepada pengguna GoFood. Prasurvei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai pengalaman pengguna terkait aspek kualitas layanan serta tingkat kepuasan secara umum. Pada langkah pra-survei awal, responden diminta menjawab “apakah mereka mengetahui aplikasi layanan GoFood?”. Berdasarkan hasil prasurvei yang melibatkan 76 responden, seluruh responden (100%) menjawab “Ya”, dan tidak terdapat responden yang menjawab “Tidak”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa GoFood layak dijadikan objek penelitian karena memiliki basis pengguna yang besar, relevan, dan memahami fitur serta kualitas layanan yang disediakan. prasurvei berlanjut pada “evaluasi intensitas penggunaan” untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menilai kualitas layanan. Hasilnya menunjukkan bahwa 65 responden (85,5%) telah menggunakan GoFood sebanyak  $\geq 5$  kali dan 11 responden (14,5%) menggunakannya  $< 5$  lima kali. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pengguna aktif yang memiliki pengalaman berulang dalam menggunakan GoFood. Frekuensi penggunaan yang tinggi tersebut menandakan

bahwa mereka benar-benar merupakan pelanggan layanan GoFood.

Setelah mengetahui bahwa mayoritas responden mengenal layanan GoFood dan telah menggunakannya secara intensif ( $\geq 5$  kali), langkah berikutnya adalah menilai “bagaimana pengalaman mereka terhadap aspek - aspek kualitas layanan”. Prasurvei dilanjutkan ke tahap selanjutnya untuk memberikan gambaran awal mengenai titik-titik kelemahan layanan GoFood yang paling dirasakan pelanggan.



Gambar 1.2 Prasurei Aspek Permasalahan Pada Layanan GoFood

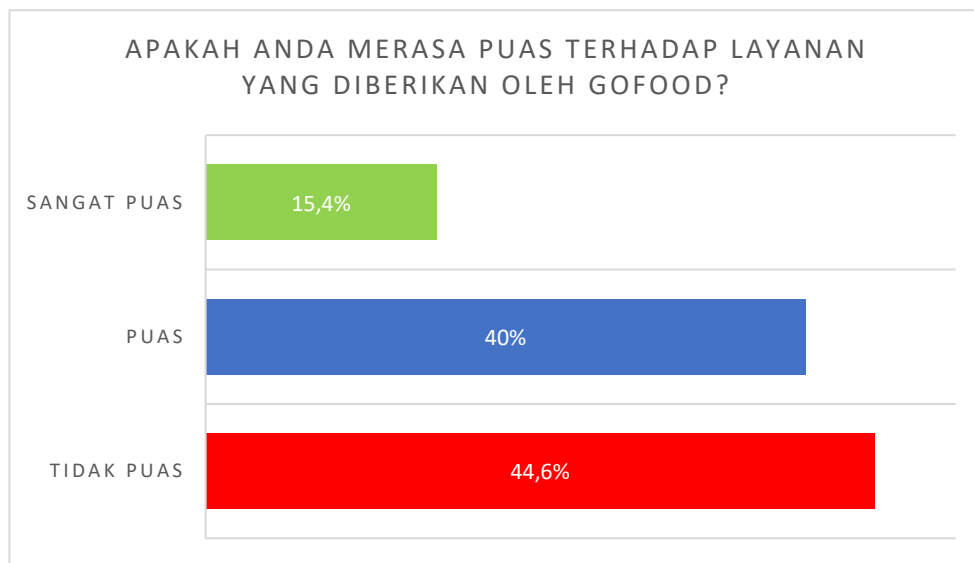
(Sumber: Data Primer, 2025).

Berdasarkan Gambar 1.2 prasurei mengenai aspek permasalahan pada layanan GoFood, diperoleh gambaran awal mengenai kualitas layanan yang masih dirasakan kurang oleh pelanggan. Dari hasil prasurei yang melibatkan 65 responden dengan frekuensi penggunaan layanan  $\geq 5$  kali, terlihat bahwa pada aspek efisiensi, sebanyak 9 responden (13,8%) menyatakan sangat setuju, 24 responden

(36,9%) setuju, dan 32 responden (49%) tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna menilai proses layanan masih berjalan cukup efisien. Selanjutnya pada aspek keandalan pesanan didapatkan, 12 responden (18,5%) sangat setuju, 17 responden (26,2%) setuju, dan 36 responden (55,4%) tidak setuju, ini menandakan bahwa pesanan masih sesuai sesuai informasi. Untuk aspek ketepatan waktu didapatkan, 12 responden (18,5%) sangat setuju, 30 responden (46,2%) setuju, dan 23 responden (35,4%) tidak setuju, hasil ini mengindikasikan sebagian besar pengguna pernah mengalami pesanan tidak sesuai estimasi. Selanjutnya pada aspek keamanan data pengguna didapatkan, 13 responden (20%) sangat setuju, 25 responden (38,5%) setuju, dan 27 responden (41,5%) tidak setuju, hasil ini menunjukkan mayoritas pengguna masih merasa aman.

Untuk aspek responsivitas layanan didapatkan, 9 responden (13,8%) sangat setuju, 37 responden (56,9%) setuju, dan 19 responden (29,2%) tidak setuju, hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan masih kurang responsif. Selanjutnya pada aspek penanganan komplain didapatkan 11 responden (16,9%) sangat setuju, 34 responden (52,3%) setuju, dan 20 responden (30,8%) tidak setuju, hasil ini mengindikasikan bahwa kompensasi yang diberikan layanan kurang memuaskan. Terakhir, pada aspek kemudahan menghubungi pihak GoFood didapatkan, 10 responden (15,4%) sangat setuju, 28 responden (43,1%) setuju, dan 27 responden (41,5%) tidak setuju, hasil ini menunjukkan bahwa akses bantuan masih dianggap sulit oleh pengguna. Temuan prasarvei ini memperlihatkan bahwa aspek ketepatan waktu, responsivitas, penanganan komplain, dan kemudahan menghubungi pihak GoFood merupakan area aspek layanan yang paling membutuhkan perbaikan.

Selanjutnya, untuk mendatkan gambaran awal mengenai bagaimana pengguna menilai layanan GoFood secara keseluruhan, dilakukan prasurvei penutup yang berfokus pada tingkat kepuasan umum pelanggan. Prasurvei ini penting untuk melihat “sejauh mana pengalaman mereka selama menggunakan layanan”. Adapun hasil dari pertanyaan tersebut ditunjukkan pada grafik berikut.



Gambar 1.3 Hasil Prasurvei Kepuasan Pelanggan Layanan GoFood

(Sumber: Data Primer, 2025).

Berdasarkan gambar 1.3 mengenai hasil prasurvei kepuasan pelanggan layanan GoFood yang melibatkan 65 responden dengan frekuensi penggunaan layanan  $\geq 5$  kali, diperoleh bahwa 29 responden (44,6%) menyatakan tidak puas, Sementara itu, 26 responden (40%) menyatakan puas, dan 10 responden (15,4%) menyatakan sangat puas. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian pengguna merasa layanan GoFood masih cukup memadai, pengguna yang tidak puas masih sedikit lebih tinggi dibandingkan yang puas maupun sangat puas. Hasil ini juga konsisten dengan temuan pada aspek-aspek yang banyak dikeluhkan

responden, dan berpotensi menjadi faktor utama penyebab rendahnya tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Menurut (Rahmadanti & Hasanah, 2024), menyatakan bahwa metode *E-Servqual* relevan digunakan untuk menilai layanan berbasis digital karena mampu mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang memerlukan peningkatan berdasarkan kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kualitas layanan digital memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, metode *E-Servqual* juga digunakan untuk mengukur kualitas layanan dengan menilai kesenjangan (gap) antara harapan (*expectation*) dan persepsi (*perception*). Metode *E-Servqual* ini memiliki tujuh (7) dimensi yaitu efisiensi (*efficiency*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), keamanan (*privacy*), pemenuhan (*fulfillment*), kompensasi (*compensation*) dan kontak (*contact*) (Winarso dkk., 2022). Dengan demikian, *E-Servqual* menjadi dasar yang baik dalam memahami, mengukur, dan mengevaluasi kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selanjutnya, untuk mengukur loyalitas pelanggan, penelitian ini menggunakan metode *Net Promoter Score* (NPS). Metode ini dapat digunakan untuk mengukur seberapa tinggi keinginan konsumen untuk merekomendasikan suatu layanan kepada orang lain yang ada disekitarnya (Tarigan dkk., 2024). Temuan tersebut juga diperkuat oleh (Wijaya dkk., 2024), yang menyatakan bahwa metode *Net Promoter Score* (NPS) dipandang sebagai alat ukur yang paling efektif untuk mengetahui loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dan permasalahan yang ada di perusahaan maka dalam penelitian ini dilakukan analisis Sebagai

langkah untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengukur antar variabel secara objektif melalui penyebaran kuesioner kepada responden pelanggan GoFood. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi *E-Servqual (Electronic Service Quality)* dan *Net Promoter Score*. Melalui penerapan metode *E-Servqual* dan *Net Promoter Score (NPS)*, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai sejauh mana dimensi-dimensi kualitas layanan yang perlu ditingkatkan, yang nantinya berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan serta kecenderungan mereka untuk tetap setia dan merekomendasikan layanan GoFood kepada orang lain. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar empiris bagi pihak GoFood dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat posisi kompetitifnya di pasar layanan pesan-antar makanan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana tingkat kualitas layanan GoFood berdasarkan perbandingan antara persepsi dan harapan pelanggan?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan GoFood?
3. Seberapa besar proporsi tingkat loyalitas pelanggan dalam menggunakan dan merekomendasikan layanan GoFood?
4. Bagaimana usulan perbaikan dapat membantu meningkatkan kualitas

layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan GoFood.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, permasalahan perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada pelanggan aktif GoFood yang memberikan penilaian berdasarkan pengalaman nyata menggunakan layanan.
2. Responden penelitian adalah pengguna layanan GoFood yang telah melakukan layanan GoFood pada  $\geq 5$  kali penggunaan.
3. Kepuasan pelanggan dibatasi pada penilaian persepsi responden terhadap layanan GoFood yang diukur dengan skala Likert 1–5.
4. Penelitian ini bersifat independen dan tidak berafiliasi dengan pihak Gojek. Penggunaan nama GoFood digunakan hanya sebagai objek penelitian akademis, bukan untuk kepentingan komersial maupun representasi resmi perusahaan.

### **1.4 Asumsi Penelitian**

Asumsi-asumsi pada penelitian ini adalah:

- 1) Responden memahami pertanyaan dalam kuesioner dan memberikan jawaban sesuai dengan pengalaman penggunaan layanan.
- 2) Jawaban responden dianggap jujur, objektif, dan dapat mewakili persepsi pelanggan GoFood secara umum.
- 3) Responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan GoFood sehingga dapat memberikan penilaian yang relevan.
- 4) Selama penelitian tidak ada perubahan kebijakan dalam perusahaan GoFood

## 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Sebagai Berikut:

1. Mengetahui tingkat kualitas layanan Gofood berdasarkan perbandingan antara persepsi dan harapan pelanggan.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan GoFood.
3. Mengetahui proporsi tingkat loyalitas pelanggan dalam menggunakan dan merekomendasikan GoFood.
4. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diberikan bagi semua pihak adalah sebagai berikut:

### a) Teoritis

1. Memberikan kontribusi akademis mengenai penerapan metode *E-Servqual* dan *Net Promoter Score* (NPS) dalam menganalisis kualitas layanan terhadap kepuasan, dan loyalitas pelanggan pada platform digital.
2. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran dan kualitas layanan digital.

### b) Praktis

1. Memberikan gambaran mengenai aspek layanan GoFood yang perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan pesan antar makanan.

2. Menjadi acuan metodologis dalam melakukan penelitian serupa menggunakan kombinasi metode *E-Servqual* dan *net promoter score* (NPS).

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, asumsi-asumsi, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang diperlukan, diambil dengan mengacu pada beberapa literatur yang digunakan. Literatur tersebut antara lain, GoFood, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, *E-Service quality*, *Net Promoter Score* (NPS), Pengukuran variabel serta pengujian data, dan penelitian terdahulu.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, tempat dan waktu penelitian, identifikasi dan definisi variabel operasional, langkah-langkah pengumpulan data, serta teknik analisis data.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang penyajian data yang meliputi analisis data serta interpretasi data untuk memudahkan dalam penarikan kesimpulan selanjutnya.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta pemberian saran untuk penelitian selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**