

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Salah satu inovasi teknologi yang populer adalah aplikasi service on demand. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mendapatkan berbagai layanan seperti transportasi, pengiriman makanan, hingga layanan rumah tangga hanya dengan beberapa sentuhan di ponsel mereka. Keberhasilan aplikasi-aplikasi ini tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi sikap digital (digital attitude) dan keputusan pengguna dalam memilih layanan tersebut.

Di Indonesia sendiri sekarang ini banyak sekali perusahaan di bidang digital lagi gencar-gencar nya membuat aplikasi seperti service on demand. Dalam beberapa tahun ini banyak sekali bermunculan aplikasi service on demand ini seperti Go-jek, Indrive, Maxim, Lalamove, dan Tetanggaku. Dari semua aplikasi yang bermunculan ini masing masing dari aplikasi mengeluarkan beberapa promo yang menarik untuk menarik lebih banyak pengguna agar para kompetitor mereka tertinggal. Dan juga antara 1 aplikasi dengan aplikasi lainnya memiliki layanan dan juga sistem pemesanan yang berbeda, ada yang berfokus di jasa antar barang dan juga ada yang berfokus di layanan delivery barang atau makanan, tidak hanya itu beberapa aplikasi juga banyak yang memiliki banyak layanan dari berbelanja di minimarket, layanan antar jemput orang atau sering di sebut ojek, dan juga layanan untuk membayar tagihan.

No.	Nama Data	2022	2023
1	Gojek	1.358.000	957.000
2	maxim	773.000	892.000
3	inDrive	297.000	321.000
4	Grab Driver	207.000	170.000
5	Taxsee Driver	113.000	135.000

Gambar 1. 1 Penggunaan Aplikasi Service On Demand di Indonesia

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Gambar diatas menjelaskan bahwa pengguna aplikasi Gojek pada tahun 2023 sebesar 957.000 pengguna, Maxim sebesar 892.000 pengguna, Indrive sebesar 321.000 pengguna. Dari data diatas bisa disimpulkan bahwa Gojek dan Maxim menduduki urutan paling atas dan Indrive berada di bawahnya, melihat dari gambar diatas ternyata penggunaan aplikasi service on demand masih terhitung tinggi penggunaannya. Setelah bermunculannya berbagai aplikasi service on demand adapun berbagai macam tanggapan dari berbagai kalangan masyarakat ada yang positif dan juga ada yang negatif. Berbagai tanggapan yang positif dari masyarakat yaitu, mereka sangat mudah untuk memesan layanan yang mereka butuhkan kapan dan dimana saja, banyak layanan yang di berikan dalam satu aplikasi yang memberikan fleksibilitas kepada pengguna nya yang mereka inginkan. Tidak hanya tanggapan positif tetapi ada juga tanggapan yang negatif dari masyarakat yaitu, harga yang cukup mahal di bandingkan dengan harga offline? konvensional, keamanan dan privasi terkadang ada beberapa masyarakat yang tidak ingin informasi dirinya di ketahui oleh orang asing seperti nomor handphone.

Dari bermunculan tanggapan masyarakat masih banyak keluhan-keluhan yang di hadapi oleh masyarakat, terlepas dari kemudahan yang di berikan oleh beberapa aplikasi service on demand ternyata masih banyak masalah-masalah yang di hadapi oleh masyarakat atau pengguna, seperti di salah satu aplikasi ada pengguna yang terkadang salah menempatkan titik jemput dan juga titi kantar di karenakan maps yang ada di aplikasi tersebut bisa di bilang belum terupdate dari

aplikasinya hal ini dapat berpengaruh terhadap kenyamanan pengguna atas penggunaan aplikasi tersebut, dan juga terkadang banyak sekali oknum dari driver atau mitra dari aplikasi tersebut tidak menyelesaikan pesanan yang di pesan oleh pengguna sehingga hal tersebut dapat membuat kepercayaan para konsumen atau pengguna dapat berkurang dan hal itu dapat mempengaruhi jumlah pengguna dari aplikasi tersebut, tidak itu saja terkadang harga yang ada di aplikasi sangat berbeda jauh saat konsumen membelinya langsung ke tempat penjual nya hal ini di sebabkan karena dari aplikasi mereka di kenakan pajak dari pemerintah dan hal itu yang membuat para konsumen atau pengguna merasa harga yang di berikan terlalu tinggi.

Berdasarkan dari paparan fakta yang ditemukan oleh peneliti ternyata terdapat permasalahan terkait pada persepsi kepercayaan yang dimana terkadang orderan yang konsumen pesan tidak di antarkan oleh mitra dari aplikasi, dan juga persepsi kenyamanan yang dimana terkadang konsumen sulit untuk menentukan titik alamat tujuan dan penjemputan, tidak hanya itu saja terkadang harga yang ada di aplikasi sangat jauh berbeda dengan harga asli dari toko yang menjual barang atau makanan hal ini berpengaruh juga terhadap persepsi harga yang di berikan. Melihat dari masalah yang di atas tadi ternyata penggunaan aplikasi service on demand masih terhitung tinggi penggunaannya. Dengan adanya perbedaan jumlah penggunaan transportasi online maka peneliti memilih 3 aplikasi transportasi online yaitu Maxim, Gojek, dan juga indrive karena dilihat dari jumlah penggunaannya 3 aplikasi ini yang cukup tinggi para penggunanya.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi penyedia layanan aplikasi service on demand dalam meningkatkan kualitas layanan mereka. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pengguna di tengah persaingan yang semakin ketat di industri ini. Berdasarkan uraian latar belakang dan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *PERCEIVED TRUSTWORTHINESS*, *PERCEIVED CONVENIENCE* DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP *DIGITAL ATTITUDE* DALAM KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI SERVICE ON DEMAND DI INDONESIA.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Perceived Trustworthiness terhadap Digital Attitude
2. pengguna aplikasi Service On Demand di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh Perceived Convenience terhadap Digital Attitude
4. pengguna aplikasi Service On Demand di Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh Perceived Price terhadap Digital Attitude pengguna aplikasi Service On Demand di Indonesia?
6. Bagaimana Digital Attitude mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi
7. Service On Demand di Indonesia?

1.3. Ruang Lingkup

1.3.1. Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek penelitian yang dimaksud pada penelitian berikut ini yaitu konsumen atau pengguna yang pernah menggunakan aplikasi Service On Demand di Indonesia

1.3.2. Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup Objek dalam ini yaitu Pengaruh Perceived trustworthiness, Perceived Convenience dan Perceived Price Terhadap Digital Attitude dalam keputusan penggunaan Aplikasi Service On Demand Di Indonesia.

1.3.3. Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat untuk penelitian ini yaitu Aplikasi Service On Demand yang ada di playstore.

1.3.4. Ruang Lingkup Waktu

Ruang Lingkup Waktu yang peneliti tentukan yaitu pada bulan Mei 2024 hingga bulan Juni 2024.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis Pengaruh Perceived Trustworthiness terhadap Digital Attitude pengguna aplikasi Service On Demand.
2. Menganalisis pengaruh Perceived Convenience terhadap Digital Attitude pengguna aplikasi Service On Demand.
3. Menganalisis pengaruh Perceived Price terhadap Digital Attitude pengguna aplikasi Service On Demand.
4. Menganalisis pengaruh Digital Attitude terhadap keputusan penggunaan aplikasi Service On Demand di Indonesia.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan bisa memberi manfaat bagi banyak pihak yang terkait, antara lain :

1.5.1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat dijadikan literasi dan semoga dapat diterapkan atau di implementasikan dan pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan dapat menjadi refrensi sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan untuk meningkatkan keputusan penggunaan.

1.5.2. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dapat dijadikan rujukan bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama serta diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para mahasiswa/mahasiswi Institut Informatika dan Bisnis Daramajaya, terutama bagi mahasiswa yang mengambil konsentrasi yang memiliki hubungan dengan pemasaran digital.

1.5.3. Bagi Perusahaan

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan sebagai bahan informasi dan evaluasi guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan menentukan kebijakan secara akurat untuk mencapai target penjualan yang ditargetkan oleh perusahaan yang nantinya akan digunakan rencana pemasaran dalam meningkatkan penggunaan Aplikasi Service On Demand.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun dalam 5 (Lima) bab yakni setiap bab tersebut akan dibagi lagi menjadi sub-sub yang akan dibahas seta terperinci. Berikut adalah sistematika dari masing-masing bab dan keterangan singkatnya :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, ruang lingkup, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti (Kajian/telaah pustaka terhadap penelitian sebelumnya serta landasan teori). Penelitian ini menggunakan analisis statistik, sehingga dalam bab ini juga memuat kerangka pikir dan hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang objek penelitian, tempat dan waktu penelitian, Data Populasi dan Sampel yang akan digunakan pada penelitian, serta teknik dan Metode pengumpulan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan hasil, implementasi, analisis, dan pembahasan penelitian. Hasil analisis dan pembahasan berupa hasil pengolahan data dapat berupa data (kualitatif maupun kuantitatif). Analisis dan pembahasan berupa hasil pengolahan data.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian yang bersifat analisis Statistik. Sedangkan saran berisi mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada pada penelitian ini serta memberikan referensi bagi peneliti yang akan melanjutkan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA