



**Analisis Peran Aplikasi *Go-Food* Terhadap Perilaku Konsumen
(Studi pada Merchant Parjo Semarang)**

SKRIPSI

Disusun guna memenuhi syarat menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama: Akhmad Faizul Umam

NIM: 14020215120044

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Akhmad Faizul Umam

NIM : 14020215120044

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**“ANALISIS PERAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN (STUDI PADA MERCHANT PARJO SEMARANG)”**

Adalah benar – benar hasil karya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Semarang, 28 Juni 2022

Pembuat Pernyataan,



Akhmad Faizul Umam

NIM. 14020215120044

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Peran Aplikasi Go-Food Terhadap Perilaku
Konsumen (Studi pada Merchant Parjo Semarang)

Nama Penyusun : Akhmad Faizul Umam

NIM : 14020215120044

Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, Juni 2022

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 19640827 199001 001

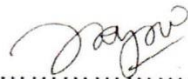
Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822 199403 1 003


Dosen Pembimbing:

1. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S.

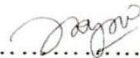
()

Dosen Penguji Skripsi:

1. Dr. Drs. Ngatno, M.M.
2. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si.
3. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S.

()

()

()

MOTTO

“Hidup itu pilihan”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada diri sendiri yang mampu bertahan untuk memperjuangkan penulisan skripsi ini. Kedua Wali yaitu Bapak Ma'muri beserta Ibu Musrinah yang telah mencurahkan kasih sayang dan segala hal kepada penulis. Bapak Yanto dan Ibu Nurul yang selalu memberikan wejangan – wejangan dan doanya. Kakak dan adekku yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis. Rekan – rekan administrasi bisnis 2015 (terutama Doni, Iqbal, Bariq, Faris, Ari, Ardiya). Dan Rekan pendengar setia (terutama Ali, Alma, Azmi). Serta kepada tetangga dan saudara yang tidak hentinya menanyakan kapan lulus, sehingga memotivasi penulis.

ABSTRAK

Pangsa pasar ponsel di Indonesia cukup besar, diikuti dengan banyaknya aplikasi yang memuat banyaknya fitur demi menjaring konsumen. Salah satu aplikasi diantaranya GoJek dimana memuat fitur Go-Food didalam aplikasi. Aplikasi Go-Food banyak membantu penjualan merchant. Sekarang ini Parjo Semarang masuk dalam *Top Destination merchant* yang diminati konsumen kota Semarang. Akan tetapi dampak lain dari seringnya seseorang atau kelompok menggunakan aplikasi Go-Food adalah membuat individu atau kelompok menjadi sebuah kegiatan yang biasa dilakukan dan menimbulkan kemalasan individu / kelompok dalam melakukan kegiatan keluar mencari atau membeli sendiri.

Penelitian ini untuk mengetahui peran aplikasi Go-Food pada perubahan perilaku konsumen Parjo Semarang. Dalam variabel perubahan perilaku konsumen dipengaruhi oleh proses pengambilan keputusan dalam pembelian yaitu mengenai permasalahan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, keputusan membeli, evaluasi pascapembelian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu Schiffman dan Kanuk tentang tahapan proses pengambilan keputusan pembelian. tahapan tersebut akan menjadi alat analisis dalam menjawab penelitian. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data berupa wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan 3 sumber yaitu konsumen pengguna aplikasi Go-Food, mitra driver Go-Food dan mitra merchant Go-Food Parjo Semarang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perubahan perilaku dalam

peran aplikasi Go-Food terhadap perilaku konsumen pada Parjo Semarang. Dalam tahapan pengambilan keputusan pembelian menghasilkan dua faktor positif dan negatif.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Go-Food Parjo Semarang, Peran Aplikasi, Aplikasi Bisnis.

ABSTRACT

The mobile phone market share in Indonesia is quite large, followed by many applications that contain many features in order to attract consumers. One of the applications includes GoJek which contains the Go-Food feature in the application. The Go-Food application helps a lot with merchant sales. Currently, Parjo Semarang is included in the Top Destination merchant that is in demand by consumers in the city of Semarang. However, another impact of often someone or group using the Go-Food application is to make individuals or groups become a common activity and cause laziness of individuals / groups in carrying out activities out looking for or buying their own.

This study is to determine the role of the Go-Food application in changing consumer behavior in Parjo Semarang. In the variables of changes in consumer behavior, it is influenced by the decision-making process in purchasing, namely regarding problems, finding information, evaluating alternatives, buying decisions, post-purchase evaluation. The frame of mind in this study is Schiffman and Kanuk about the stages of the purchasing decision-making process. these stages will be an analytical tool in answering research. The research method used is a qualitative approach using data collection techniques in the form of interviews and observations. Interviews were conducted with 3 sources, namely consumers who use the Go-Food application, Go-Food driver partners and Go-Food parjo semarang merchant partners.

The results of this study show that there is a change in behavior in the

role of the Go-Food application on consumer behavior in Parjo Semarang. In the stage of taking the decision of the purchase produces two positive and negative factors.

Keywords: Consumer Behavior, Go-Food Parjo Semarang, Application Role , Business Application.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, taufik dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

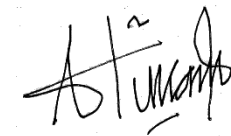
Dalam penulisan skripsi dengan judul: **“Analisis Peran Aplikasi Go-Food terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Merchant Parjo Semarang)”** Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari doa, bantuan, bimbingan dan dukungan baik dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Undip.
3. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S. selaku dosen pembimbing yang membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si. selaku dosen wali yang telah membantu dan berkenan memberikakn arahan kepada penulis selama masa studi.
5. Dr. Drs. Ngatno, M.M. selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk menguji skripsi penulis.

6. Seluruh dosen FISIP UNDIP yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip.
7. Narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang penulis perlukan.
8. Teman-teman Administrasi Bisnis 2015 yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Allah SWT memberikan segala rahmat, hidayah dan rezekinya kepada kita semua. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamin.

Semarang, 28 Juni 2022



Akhmad Faizul Umam

NIM. 14020215120044

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9

1.4	Kegunaan Penelitian.....	10
1.5	Kerangka Pemikiran Teoritis	11
1.5.1	Peranan Aplikasi.....	12
1.5.2	Perilaku Konsumen	15
1.5.3	Penelitian Terdahulu	21
1.6	Operasionalisasi Konsep	22
1.7	Metode Penelitian	22
1.7.1	Desain Penelitian	22
1.7.2	Situs Penelitian	24
1.7.3	Subjek Penelitian	24
1.7.4	Jenis Data	26
1.7.5	Teknik Pengumpulan Data	26
1.7.6	Analisa dan Interpretasi Data	27
1.7.7	Kualitas Data	29
BAB II	32
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	32
2.1 PT. Gojek Indonesia	32
2.1.1	Sejarah Perusahaan PT. Gojek Indonesia	32
2.1.2	Visi dan Misi PT Gojek Indonesia	34
2.1.3	Logo PT. Gojek Indonesia.....	34
2.1.4	Tiga Pilar PT. Gojek Indonesia	36
2.1.5	Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia	36

2.1.6 Deskripsi Pekerjaan	37
2.2 Parjo Semarang	45
2.2.1 Sejarah Perusahaan Merchant Parjo Semarang	45
2.2.2 Visi dan Misi Parjo Semarang	45
2.2.3 Budaya Parjo Semarang	46
2.2.4 Logo Merchant Parjo Semarang	46
2.2.5 Lokasi Merchant Parjo Semarang	47
2.2.6 Struktur Organisasi Parjo Semarang	48
2.2.7 Deskripsi Pekerjaan	48
BAB III.....	51
ANALISIS PERAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (STUDI PADA MERCHANT PARJO SEMARANG)	51
3.1 Peranan Aplikasi Go-Food dalam Mempengaruhi Perilaku Masyarakat di Parjo Semarang	53
3.2 Peranan Aplikasi Go-Food dalam Kegiatan Bisnis Parjo Semarang ..	56
3.3 Hubungan Antara Aplikasi Go-Food dengan Perilaku Konsumen.....	58
3.4 Perbedaan Perilaku Konsumen Sebelum dan Sesudah memakai Aplikasi GoFood	63
3.5 Pembahasan dan Analisis Peran Aplikasi Go-Food Terhadap Perilaku Konsumen	65

BAB 1V	70
PENUTUP.....	70
4.1 Kesimpulan	70
Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Kota Semarang Bulan Desember 2021.....	5
Tabel 1. 2 Key Informan.....	24
Tabel 3. 1 Key Informan	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kendaraan Bermotor Kota Semarang	5
Gambar 1. 2 Target Penjualan Langsung Merchant Parjo Semarang 2021	6
Gambar 1. 3 Top Destination Mechant Parjo Kota Semarang Tahun 2021.....	7
Gambar 1. 4 Target Penjualan Go-Food Merchant Parjo Semarang	8
Gambar 2. 1 Logo PT. Gojek Indonesia	35
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia	37
Gambar 2. 3 Tampilan Aplikasi Gojek	44
Gambar 2. 4 Logo Parjo Semarang.....	47
Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Parjo Semarang	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 2 Pedoman Observasi

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Lampiran 4 Pedoman Studi Dokumen

Lampiran 5 Analisis Data Hasil Wawancara

Lampiran 6 Foto