



BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang menggunakan regresi linear berganda, maka simpulan yang dapat dihasilkan adalah sebagai berikut:

- a. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, pengguna gojek di Surabaya.
- b. Kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna gojek di Surabaya.
- c. Keamanan privasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna gojek di Surabaya.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dihasilkan, maka adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Untuk perusahaan
 1. Kepercayaan merek memiliki hasil yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun perlu bagi perusahaan Gojek untuk perlu memperhatikan juga terkait dengan menyediakan kebutuhan tambahan bagi pelanggan seperti fasilitas yaitu *haircap* dan masker yang juga sering dibutuhkan oleh konsumen. Ketersediaan fasilitas ini akan mendukung kepercayaan pelanggan dalam memutuskan pembelian pada layanan yang memberikan fasilitas lengkap dalam berkendara.

2. Privasi keamanan hendaknya diperhatikan oleh perusahaan Gojek.

Hal ini dikarenakan adanya kepercayaan pelanggan dalam memberikan informasi yang bersifat privasi dalam sistem aplikasi.

Konsumen yang harus memberikan informasi pribadi mereka untuk bisa mengakses aplikasi juga harus dijamin kerahasiaannya dari perilaku pihak lain yang dapat menggunakan informasi tersebut untuk hal-hal yang berada di luar sistem.

b. Untuk penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan acuan atau sumber informasi bagi penelitian yang akan datang yang terkait dengan Citra Merek, Kepercayaan Merek, Keamanan Privasi terhadap keputusan pembelian di aplikasi gojek Surabaya.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Sukma Irdiana dan Jesi Irwanto. 2019. Dampak Brand Image, Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*. 2: 406-413.
- Anggara, Supriyadi Widodo dan Wahyudi Djafar. 2015. *Menyeimbangkan Hak: Tantangan Perlindungan Privasi dan Menjamin Akses Keterbukaan Informasi dan Data di Indonesia*. Penerbit Institute for Criminal Justice Reform. Jakarta.
- Anisa. 2011. Konsep Privasi Rumah-Rumah Di Kota Lama Kudus. *NALARs*. 10 (02): 155-172.
- Asim dan Luthfir Rahman. 2021. Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Divisi Bazaar Transmart Ambassador Jakarta. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*. 9 (01): 78-89.
- Assauri, Sofjan. 2015. Customer Service Yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction. *Manajemen Usahawan Indonesia*. (01): 25-30.
- Beneke, Demetriou Adams, dan Solomons. 2011. An exploratory study of the relationship between store image, trust, satisfaction and loyalty in a franchise setting. *Southern African Business Review*. 15 (02): 59-74.
- Cristanti, Prisca Ayu. 2018. Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta. Universitas Mercu Buana.
- Delgado. 2017. "Does brand trust matter to brand equity?". *Journal of Product and Brand Management*. 14 (03): 187-96.
- Farohi, Muhammad Irham. 2017. Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Site (Studi Pada Buyer Toko Online Lazada.co.id di Kota Semarang). *Skripsi*. Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metedologi Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferrinadewi, Erna. 2009. *Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____ dan Dwi Ratmono. 2017. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- _____, 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gojek. 2021. *History Gojek*. <https://www.gojek.com/about/>, (Diakses Tgl. 16 Mei 2021 : Pk. 23.15).



- Herliza dan Saputri. 2016. Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara di Mall PVJ Bandung. *E-Proceeding of Management Journal*. 3 (02): 1949-1956.
- Ika, Nuruni dan Kustini. 2011. Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*. 14 (01): 19-28.
- Jayanti, Ratna Dwi. 2015. Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Jurnal Eksis*. 10 (01): 13-27.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2012. Prinsip- Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip., Kevin L. Keller. 2013. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi 4. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kuheba, Wilfried dan Tinneke. 2020. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek Pada Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 120-127.
- Kuncoro, M.P. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Lubis, M. S. 2018. *Metodologi Penelitian*. Penerbit Deepublish. Yogyakarta
- Lutfiah, Evi. 2019. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek Fitur Gofood (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). *Skripsi*. Jakarta. UIN Syarif Hidayatullah.
- Mamahit, Philius. 2015. Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 15 (05): 777-787.
- Mardian, Muchamad Andri. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ojek Online (Studi Kasus Terhadap Grabbike di Kota Surabaya). *Tesis*. Surabaya. Universitas 17 Agustus 1945.
- Mauludiyahwati, Septi. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id). *Skripsi*. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Maxmanroe. 2020. *Arti Privasi: Pengertian, Fungsi, Jenis dan Faktor yang mempengaruhi*. <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/arti-privasi.html>, (Diakses Tgl. 27 Maret 2021 : Pk. 13.05).
- Onwae. 2016. Profil Perusahaan Gojek. <https://ojek.onwae.com/2016/12/profil-perusahaan-go-jek.html>, (Diakses Tgl. 18 Juli 2021 : Pk. 18.00).



- Priyatno, D. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Penerbit Gava Media. Yogyakarta.
- Qwords. 2021. *Perkembangan Teknologi di Indonesia Beserta Dampaknya*. <https://qwords.com/blog/perkembangan-teknologi/>, (Diakses Tgl 11 Maret 2021 : Pk. 18.52)
- Radar Surabaya. 2020. *Kontribusi Gojek ke Ekonomi Surabaya Tahun 2019 Capai Rp12,1 Triliun*. <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2020/10/01/216845/kontribusi-gojek-ke-ekonomi-surabaya-tahun-2019-capai-rp121-triliun>, (Diakses Tgl. 18 Mei 2021 : Pk. 18.11).
- Raman, Arasu dan, A. Viswanathan. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on Wireless Information Networks & Business Information System*. (2):54–60.
- Richards, N dan Woodrow Hartzog. 2016. Taking Trust Seriously in Privacy Law. *Stanford Technology Law Review*. 19 (01): 431.
- Rizan, Basrah Saidani dan, Yusi Yanasari 2012. Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas Jakarta Timur). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. 3 (01): 01-17.
- Saputro, Adi. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Penerbit Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk. 2012. *Consumer Behaviour*. New Jersey Prentice Hall. USA
- Setiadi, J Nugroho. 2014. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5. Penerbit Kencana. Jakarta.
- Siagian, Hotlan dan Cahyono Hotlan. 2014. Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop, *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 8 (02).
- Strauss, J. dan R. Frost. 2014. *E-Marketing*. Pearson.
- Sudaryono, Dr. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.



Sulistian, Ogi. 2011. Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter. *Skripsi*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Statetik*. Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.

_____. 2016. *Pemasaran Jasa*. Penerbit Bayu Media Publishing. Sleman

Venessa dan Arifin. 2017. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 51 (01): 44-48.

Wahyuningsih, Sri. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Syariah Compliance, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 UIN Walisongo Semarang). *Skripsi*. Semarang. Universitas Islam Negeri Walisongo.

Wikipedia. 2021. *Gojek*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>, (Diakses Tgl. 16 Mei 2021 : Pk. 23.16).

Yana, Suharyono dan Yusri Abdillah. 2015. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Konsumen Produk Muslim Dian Pelangi di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 21 (01): 1-7.

Yuwinanto, Helmy Prasetyo. 2011. Privasi Online dan Keamanan Data. *Jurnal Palimpsest*. 02 (02): 151-159.

Zulyanecha, Aldy. 2013. *Indikator Keputusan Pembelian*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

