

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Go-jek pada mahasiswa di Surabaya, karena mahasiswa pengguna aplikasi Go-jek tidak melihat harga tetapi lebih tertarik dengan promosi yang dilakukan Go-jek dan juga harga yang diberikan tidak jauh berbeda dengan ojek *online* yang lain.
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Go-jek pada mahasiswa di Surabaya, karena responden dalam menggunakan aplikasi Go-jek dipengaruhi oleh iklan, baik dari sebuah acara, maupun iklan dari semua media sosial, serta potongan harga yang diberikan dan informasi yang di dapat dari rekomendasi dari orang lain, sehingga hal tersebut yang membuat mereka melakukan penggunaan aplikasi Go-jek.



5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, maka dapat diambil saran sebagai berikut :

1. Harga tetap dipertahankan dari segi : harga tetap sesuai tarif , sesuai kualitas, lebih murah dan sesuai manfaat.
2. Promosi lebih ditingkatkan dengan cara memberikan sponsor pada banyak kegiatan - kegiatan kampus seperti orientasi mahasiswa, kuliah kerja nyata dan sebagainya.
3. Penelitian yang telah diteliti oleh penulis diharapkan bisa dilanjutkan kembali.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta. .
- Badan pusat statistik Surabaya. 2015. *banyaknya kendaraan di Surabaya*. <http://www.wps.go.id>, (diakses Februari 2020)
- BSI. 2015. *Data pengguna aplikasi transportasi online*. ejournal.bsi.ac.id, (diakses Maret 2020)
- Daryanto. 2013. *Menyusun Modul Bahan Ajar Untuk Persiapan Guru Dalam Mengajar*. Yogyakarta : Gava Media.
- Dianti, Siti. 2018. Pengaruh Harga, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Angkutan Gojek pada Mahasiswa jurusan Pendidikan Ilmu pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Evelina, Lina , Handoyo dan Sari Listyorini. 2012. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi. *Jurnal Of Social and Politic*. Universitas Diponegoro. (1-11).
- Faroh, Wahyu Nurul. 2017. Anilisa Pengaruh Harga, Promos dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah*. Manajemen. Universitas Pamulang Vol.4 No. 2. Juni (1-9).
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw-Hill, Irwin
- Istijianto. 2013. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Kaharu, Debora. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. STESIA. Vol 5. no. 3. Maret (1-24)
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- _____. 2015. *Marketing an Introducting Prentice Hall twelfth edution*. England. Person Education, Inc



- Kriyantono, Rachmat. 2018. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Prenada Media Group
- _____ 2019. *Riset Komunikasi*. Jakarta. Prenada Media Group.
- Malau, Hariman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta : PT Index. Martini, Tina. 2015. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian*. STAIN Kudus. Vol. 9 No. 1. Feb (113-132).
- Morissan. 2010. *periklanan (komunikasi pemasaran terpadu)*. jakarta: kencana perdana media grup.
- Nazir. Moh. 2013. *Mertode Penelitian*. Bogor. Ghalia Indonesia
- Permana, Dony Indra. 2017. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. PIJI di Jawa Timur. Universitas Ciputra Surabaya. Vol. 2. No. 1. April (116-123)
- Go-jek Official. 2020. *Visi dan Misi PT.Go-jek Indonesia*. (diakses Juni 2020)
- Rizky, Muhammad Fakhru dan hanifa Yasin. 2014. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal manajemen dan bisnis*. Universitas Muhammadiyah SumatraUtara. Vol.14 No. 2. Okt. (135-143)
- Saputra, Deni. 2018. Pengruh Bauran 4P (*Produk, Price, Place dan Promotion*) Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Menggunakan Aplikasi TransportasiOnline. *Skripsi*. Unvesitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya dan Efendi. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta. Andi
- Staton, William. 2012. *Prinsip Pemasaran*. Bandung. Jakarta. Erlangga
- Sugiyono. 2010. *Statika untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung. Alfabeta



- Sunyoto, Danang dan Fatonah Eka Susanti. 2015. *Manajemen Keuangan Untuk Center of Academic Publishing Service*. Yogyakarta.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Jakarta. Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2015. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andy.
- Time. 2018. *Data pengguna aplikasi ojek online*. idntimes.com, (diakses Maret 2020)
- Undang-undang Republik Indonesia No. 22. 2009. Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, www.bantuanhukum.or.id
- Weenas, Jackson. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 1. No, 4 (607-618)
- Wibowo, Pudjo. 2018. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan PT. GOJEK Indonesia (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Online-Gojek di Tangerang). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 9. No 1 (27-38).
- Widiyono dan Mukhaer Pakkana. 2013. *Pengantar Bisnis Respon terhadap Dinamika Global, Edisi Pertama*. Jakarta : Motra Wacana Media.
- Wikipedia. 2020. *Sejarah Go-jek*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek> (diakses Juni 2020)

