

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI GO-JEK
PADA MAHASISWA DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

YEREMIA SION SUGIYANTO

15110031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2020**



**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI GO-JEK
PADA MAHASISWA DI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

YEREMIA SION SUGIYANTO
15110031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
2020**



**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI GO-JEK
PADA MAHASISWA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**



OLEH:

YEREMIA SION SUGIYANTO
15110031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
2020**



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yeremia Sion Sugiyanto dengan NPM 15110031

Telah diuji pada 08 Agustus 2020 Dinyatakan lulus oleh :

Ketua Tim



Dr. Maria Widyastuti, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,



Dr. Thyphoida W.S. Panjaitan, M.M



Lilik Indrawati, S.E., M.M.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yeremia Sion Sugiyanto
NPM : 15110031
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Go-jek pada Mahasiswa di Surabaya

Pembimbing
Tanggal, 06 Agustus 2020



(Lilik Indrawati, SE., M.M)

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Tanggal, 06 Agustus 2020



(Lilik indrawati, S.E., M.M)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI GO-JEK PADA MAHASISWA DI SURABAYA**

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Dharma Cendika
Jurusan Manajemen

Pada Hari Sabtu, 08 Agustus 2020

Disusun Oleh :

Nama : Yeremia Sion Sugiyanto
NPM : 15110031
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Tim Penguji :

1. Dr. Maria Widyastuti, M.M (Ketua)
2. Citra Anggraini T, S.E., M.M (Anggota)
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M (Anggota)



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yeremia Sion Sugiyanto
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen
Alamat Asli : Perum. Griya Kencana Blok IIO/ No. 69 Driyorejo, Gresik
No. Identitas : 3515091404970002

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN MENGGUNAKAN APLIKASI GO-JEK PADA MAHASISWA
DI SURABAYA.**

Adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagai dalam bentuk jurnal, workin paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dari desain penulisan. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di fakultas ekonomi universitas katolik darma cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan. Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, 08/08/2020



Yeremia Sion Sugiyanto



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan kasih karuniaNya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI GO-JEK PADA MAHASISWA DI SURABAYA”, tepat pada waktunya. Skripsi ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar ekonomi jurusan manajemen.

Penulis mendapat banyak bantuan, bimbingan dan pengertian dari berbagai pihak dalam proses penyelesaian laporan dan selama pelaksanaan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Dr. Thyopoida, W.S.Panjaitan., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, mengesahkan kegiatan tugas akhir skripsi agar dapat dilaksanakan dengan baik.
2. Lilik Indrawati S.E., M.M. Selaku Kaprodi Manajemen dan juga selaku Dosen Pembimbing tugas akhir skripsi yang mengetahui berjalannya tugas akhir skripsi ini, serta telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikiran untuk membimbing dan memberikan saran dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
3. PT. Go-jek Indonesia sebagai objek penelitian dalam tugas akhir skripsi yang telah memberikan banyak manfaat dalam penulisan.
4. Teman-teman mahasiswa dan para tukang ojek online Go-jek yang





memberikan banyak sumbangsih dalam penulisan tugas akhir skripsi ini.

5. Keluarga dan para sahabat tercinta yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan organisasi Gerakan Mahasiswa Kristen Indonesia (GMKI) yang selalu memberikan dukungan dan doanya serta dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
7. Alam semesta yang telah memberikan kehidupan dimuka bumi ini.
8. Beserta semua elemen-elemen yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu atas segala bantuannya saya ucapkan banyak-banyak terima kasih. Shalom.

Surabaya,2020

Penulis,

Yeremia Sion Sugiyanto



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Harga.....	9
2.1.1.1 Pengertian Harga	9
2.1.1.2 Peranan Harga	10
2.1.1.3 Tujuan Penetapan Harga	10
2.1.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	12
2.1.1.5 Indikator Harga.....	12
2.1.2 Promosi	12
2.1.2.1 Pengertian Promosi.....	12
2.1.2.2 Fungsi Promosi.....	13



2.1.2.3 Tujuan Promosi	14
2.1.2.4 Indikator Promosi	14
2.1.3 Keputusan Konsumen	15
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Konsumen.....	15
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen ..	15
2.1.3.3 Dimensi Keputusan Konsumen	18
2.1.4 Pengaruh Antar Variabel.....	18
2.1.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan....	18
2.1.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan	19
2.2 Peneitian Terdahulu.....	19
2.2.1 Penelitian Terdahulu 1	19
2.2.2 Penelitian Terdahulu 2	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Kerangka Konseptual	23
2.5 Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Objek Penlitan atau Gambaran	24
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	24
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	24
3.2.2 Sumber Data	25
3.3 Variabel Penelitian.....	26
3.4 Definisi Operasional Variabel	26
3.4.1 Variabel Independen (X)	27
3.4.1.1 Harga (X1).....	27



3.4.1.2 Promosi (X2)	27
3.4.2 Variabel Dependen (Y)	28
3.4.2.1 Keputusan Konsumen (Y)	28
3.5 Populasi dan Sampel	28
3.5.1 Populasi	28
3.5.2 Sampel	29
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	31
3.6.1 Metode Pengambilan Data.....	31
3.6.2 Teknik Analisis Data	32
3.6.2.1 Uji Validitas	33
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	33
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.2.4 Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1 Sejarah.....	39
4.1.2 Visi dan Misi Go-jek.....	40
4.1.2.1 Visi.....	40
4.1.2.2 Misi	41
4.1.3 Jenis Layanan Go-jek.....	41
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden	43
4.2.2 Rata-rata Pernyataan pada Variabel.....	45
4.3 Pembahasan dan Analisis Data	47



4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	50
4.3.1.1 Uji Normalitas	50
4.3.1.2 Uji Multikoleritas	51
4.3.1.3 Uji Heterosdasitas	52
4.3.2 Uji Hipotesis.....	53
4.3.2.1 Regresi Linear Berganda.....	53
4.3.2.2 Analisis Koefisien Determinan (R^2)	55
4.3.2.3 Uji t	56
BAB V PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Banyaknya Kendaraan Bermotor di Surabaya	2
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Determinan	24
Tabel 4.1 Pengelompokan Berdasarkan Jenis Kelamin	23
Tabel 4.2 Pengelompokan Berdasarkan Universitas Responden	23
Tabel 4.3 Berapa Kali Menggunakan Aplikasi Go-jek.....	23
Tabel 4.4 Perhitungan Distribusi Frekuensi	35
Tabel 4.5 Rata-Rata Pernyataan Variabel Harga (X1)	49
Tabel 4.6 Rata-Rata Pernyataan Variabel Promosi (X2).....	51
Tabel 4.7 Rata-Rata Pernyataan Variabel Keputusan Penggunaan (Y)	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.11 Analisis Linier Berganda	56
Tabel 4.12 Koefisien Determinan.....	57
Tabel 4.13 Uji t	58





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Aplikasi Transportasi Online	5
Gambar 1.2 Overlapping User Base	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1 Uji Normalitas	50
Gambar 4.2 Uji Heterosdastisitas	52
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Harga X1	56
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Promosi X2	56



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan penggunaan aplikasi Go-jek. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari Universitas Katolik Darma Cendika, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya. Sampelnya sebanyak 55 responden. Dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah mewakili sebagai sampel penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuisisioner yang disebarakan kepada mahasiswa dari ketiga universitas tersebut menggunakan *google form*. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan yaitu analisis linier berganda.

Berdasarkan pengolahan data dengan SPSS versi 25 adalah sebagai berikut, uji validitas yang dilakukan semua item pernyataan dinyatakan valid dimana r hitung pada setiap item variabel lebih besar $\geq$ dari pada r tabel (0.2656), serta dalam uji reliabilitas nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ dimana pada Harga X_1 , 0,732, Promosi 0,741 dan Keputusan Penggunaan Y 0,749 dimana semua lebih besar dari $>$ *cronbach alpa* 0,60. Uji Normalitas disimpulkan bahwa telah mengikuti distribusi normalitas. Pada uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolieritas antar variabel independen dalam model regresi karena nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai *VIF* ≤ 10 . Uji Heterokedastitas diperoleh model regresi yang baik dalam uji menggunakan *Scatter Plot*, dengan cara pendeteksiannya yakni jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji regresi linier berganda adalah $Y=1.793+0.231(X_1)+0.375(X_2)$. dan juga dimasukkan yaitu nilai koefisien determinan r square 0,454 dimana pada nilai *adjusted r square* sebesar 0,433 atau 43,3% yang menunjukkan bahwa kontribusi antara Harga dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan memiliki hubungan yang cukup atau sedang. Hipotesa kedua mengatakan bahwa hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga X_1 tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Y karena nilai t hitung $1,766 < t$ tabel 2,00665 maka H_0 diterima, sedangkan variabel promosi X_2 berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Y karena didapat nilai sebesar t hitung $2,746 > t$ tabel 2,00665 maka H_0 ditolak dan $H_{alternatif}$ diterima.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Penggunaan Go-jek.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price and promotion on the decision to use the Go-jek application. The population in this study were students from the Catholic University of Darma Cendika, 17 August 1945 University Surabaya and the Adhi Tama Institute of Technology Surabaya. The sample is 55 respondents. With the consideration that this number already represents the research sample. The data collection technique used a questionnaire which was distributed to students from the three universities using google form. In this study, the technique used is multiple linear analysis.

Based on data processing with SPSS version 25 is as follows, the validity test carried out by all statement items is declared valid where r count on each variable item is greater than r table (0.2656), and in the reliability test the value of cronbach alpha > 0.60 where at Price X_1 , 0.732, Promotion 0.741 and Decision to Use Y 0.749 where all are greater than Cronbach's negligent 0.60. The normality test concluded that it has followed the normality distribution. The multicollinearity test shows that there is no multicollinearity between the independent variables in the regression model because the tolerance value is > 0.10 and the VIF value < 10. The heteroscedasticity test results in a good regression model in the test using the Scatter Plot, by detecting it if there is no clear pattern, as well as the point spread above and below the number 0 on the Y axis, there is no heteroscedasticity. The multiple linear regression test is $Y = 1.793 + 0.231(X_1) + 0.375(X_2)$. and also included, namely the determinant coefficient value of r square 0.454, which is the adjusted r square value of 0.433 or 43.3%, which indicates that the contribution between Price and Promotion on Decision to Use has a sufficient or moderate relationship. The second hypothesis says that the t test results indicate that the price variable X_1 does not have a significant effect on the decision to use Y because the t value is 1.766 < t table 2.00665 then H_0 is accepted, while the promotion variable X_2 has a significant effect on the decision to use Y because the t value is obtained. 2.746 > t table 2.00665 then H_0 is rejected and the alternative is accepted.

Keywords: Price, Promotion, Decision to Use Go-jek.

