

## Abstrak

# PENGARUH HARGA DAN PROMOSI GO-JEK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN TRANSPORTASI BERBASIS ONLINE DI PEKANBARU

Oleh :  
**Rudi Iskandar Muda**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga ( $X_1$ ) dan promosi Go-jek ( $X_2$ ) terhadap keputusan konsumen ( $Y$ ) menggunakan transportasi berbasis online di Pekanbaru. Jenis penelitian adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasi (sebab akibat). Sampel yang digunakan sebanyak 95 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Accidental Sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan ditemui bisa dijadikan sebagai sampel. Maka yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengguna Go-jek yang ada di Pekanbaru. Karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari satu maka digunakan analisis regresi berganda. Untuk hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, dan promosi Go-jek berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan transportasi berbasis online di Pekanbaru. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti mampu menjelaskan 15,6% terhadap variabel keputusan pembelian sedangkan sisanya 84,4% dijelaskan oleh variabel independen lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi Go-jek berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan transportasi berbasis online di Pekanbaru.

Kata kunci : Harga, Promosi, Keputusan konsumen

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas nikmat dan karunia Allah SWT. Yang maha pengasih dan penyayang. Shalawat beriring salam tercurah kepada penjunjung alam Nabi Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan promosi Go-jek terhadap Keputusan konsumen menggunakan Transportasi Berbasis Online di Pekanbaru”. Penulisan skripsi ini, selain dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian Sarjana (Strata-1), Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Islam Riau, juga dimaksudkan untuk sampai sejauh mana kemampuan penulis menganalisa dan mengekspresikan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak menerima bantuan, baik berupa dorongan, semangat, maupun sumbangan pikiran dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

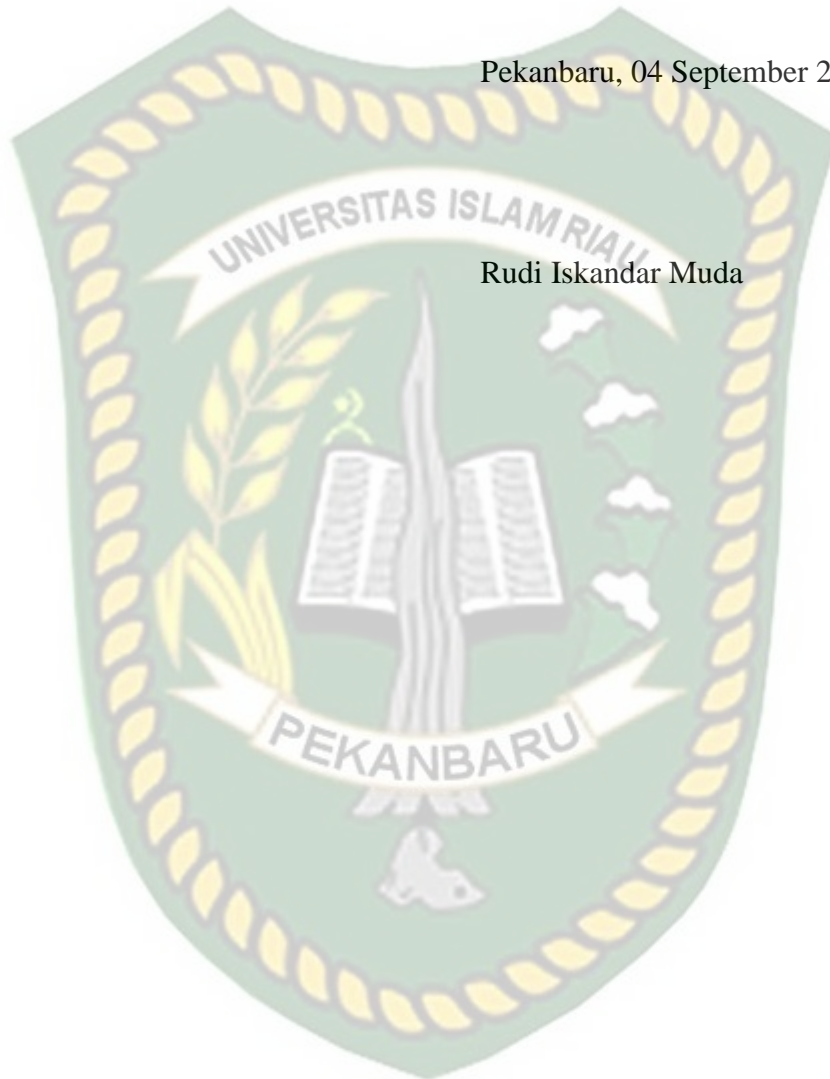
1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Drs. Abrar, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Ibu Eva Sundari, SE., MM selaku pembimbing satu yang telah bersedia membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan-masukan untuk sempurnanya skripsi ini.
4. Bapak Ramzi Durin, SH., MH selaku pembimbing dua yang telah bersedia membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan-masukan untuk sempurnanya skripsi ini.
5. Saya ucapkan kepada Bapak/Ibu tim penguji, yang telah memberikan masukan, saran dan motivasi yang membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Kepada Kepala Cabang dan Satgas Go-jek yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan kemudahan akses penelitian sehingga skripsi ini terselesaikan.
7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang selama ini telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Segenap pengurus Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang telah memberikan kemudahan administrasi kepada penulis.
9. Ayahanda dan Ibunda tercinta, atas segala nasehat dan doa disepanjang hidup penulis, yang mana ayah dan ibu selalu memberikan kasih sayang, perhatian dan cinta yang tulus serta dukungan dan motivasi kepada penulis untuk meraih sesuatu yang terbaik dan bermanfaat dalam kehidupan.
10. Buat saudara-saudaraku tercinta, adik-adikku yang selalu mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat terbaikku, Tria Putra Ramahdani, Ade Yoza prananza, Even Winnery, Dicky Chandra dan seluruh sahabatku di Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2014 yang tidak tersebutkan satu-persatu, tanpa terkecuali kebersamaan yang kita lalui selama perkuliahan sangat berarti dalam perjalanan hidupku, terima kasih banyak atas kebersamaan ini, semoga akan tetap berjalan semestinya.
12. Pada akhirnya tiada kata yang lebih indah yang dapat diucapkan untuk mengungkapkan semua rasa syukur selain berdoa, semoga apa yang diberikan dalam penyelesaian karya kecil ini mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin ya Robbal Alamin. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan pemikiran khususnya di bidang Ekonomi-Manajemen.

Skripsi ini mungkin belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, kritik saran dan masukan menjadi sesuatu yang berarti dalam menyempurnakan skripsi ini untuk menjadi lebih baik sehingga dapat menjadi referensi penulisan bagi peneliti selanjutnya. *Wassalam...*

Pekanbaru, 04 September 2018

Rudi Iskandar Muda



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
1.4. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1. Harga .....	11
2.1.1. Pengertian harga .....	11
2.1.2. Peranan Harga .....	13
2.1.3. Strategi Penetapan Harga .....	14
2.2. Promosi .....	17
2.1.2. Pengertian Promosi .....	17
2.2.2. Bauran promosi .....	19
2.2.3. Faktor-faktor Bauran Promosi .....	20
2.2.4. Promosi Penjualan.....	21
2.3. keputusan Pembelian.....	26
2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
2.3.2. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.....	29
2.3.3. Proses Keputusan Pembelian .....	30
2.4. Penelitian Terdahulu .....	34
2.5. Kerangka berpikir.....	36
2.6. Hipotesis.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>38</b>
3.1. Lokasi dan Objek Penelitian .....	38
3.2. Operasional Variabel.....	38
3.3. Populasi dan Sampel .....	41
3.3.1. Populasi .....	41
3.3.2. Sampel .....	41
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	42
3.4.1. Data Primer .....	42
3.4.2. Data Sekunder .....	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1. Kuesioner/Angket .....	42
3.5.2. wawancara.....	43
3.5.3. Observasi.....	43

3.6. Analisis Data .....	43
3.6.1. Metode Analisis Deskriptif .....	43
3.6.2. Metode Kuantitatif .....	43
3.6.3. Uji prasyarat Analisis .....	45
3.6.4. Uji Hipotesis .....	47
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
4.1. Sejarah PT. Gojek Indonesia .....	52
4.2. Visi Misi Gojek .....	53
4.3. jenis Kegiatan dan Layanan Go-jek .....	54
4.4. Struktur Organisasi .....	56
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
5.1. Karakteristik Responden .....	57
5.1.1. Jenis Kelamin Responden .....	57
5.1.2. Usia Responden .....	58
5.1.3. Tingkat Pendidikan Responden .....	58
5.1.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
5.2. Analisis Deskriptif Variabel .....	59
5.2.1. Analisis Deskriptif Harga .....	59
5.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Promosi .....	67
5.2.3. Analisis Deskriptif variabel Keputusan Pembelian .....	72
5.3. Uji Instrumen .....	80
5.3.1. Uji Validitas .....	80
5.3.2. Uji Reliabilitas .....	83
5.4. Uji Pryarat Analisis .....	83
5.4.1. Uji Normalitas .....	83
5.4.2. Uji Heteroskestisitas .....	86
5.4.3. Uji Multikolonieritas .....	87
5.5. Uji Hasil Hipotesis .....	88
5.5.1. Uji Reggresi berganda .....	88
5.5.2. Uji F Hitung (Secara Simultan) .....	89
5.5.2. Uji T Hitung (Secara Parsial) .....	90
5.5.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	91
5.6. Pembahasan .....	91
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>93</b>
6.1. Kesimpulan .....	93
6.2. Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jasa Transportasi Ojek Online .....	5
Tabel 2.1. Indikator Bauran Promosi .....	26
Tabel 2.2. Mapping penelitian terdahulu .....	34
Tabel 3.1. Operasional Variabel .....	38
Tabel 5.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 5.2. Responden Berdasarkan Tingkat Usia .....	58
Tabel 5.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	58
Tabel 5.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
Tabel 5.5. Tanggapan Responden Mengenai Harga Berbeda pada setiap Produk.....	60
Tabel 5.6. Tanggapan Responden Mengenai Tarif Harga Lokasi Jarak Tempuh.....	61
Tabel 5.7. Tanggapan Responden Mengenai Tarif Harga Berbeda Ketika Musim Hujan.....	61
Tabel 5.8. Tanggapan responden mengenai Harga yang Menarik .....	62
Tabel 5.9. Tanggapan Responden Mengenai Potongan Harga di Hari Besar Nasional .....	63
Tabel 5.10. Tanggapan Responden Mengenai Potongan Harga untuk Mempromosikan Go-pay .....	64
Tabel 5.11. Tanggapan Responden Mengenai Harga yang Berubah-ubah	65
Tabel 5.12. Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Harga .....	66
Tabel 5.13. Tanggapan Responden Mengenai Pemanfaatan Internet.....	67
Tabel 5.14. Tanggapan Responden Mengenai diskon Jangka Pendek .....	68
Tabel 5.15. Tanggapan Responden Mengenai Bonus Cashback Go-pay 100% .....	69
Tabel 5.16. Tanggan Responden Mengenai Go-jek Memiliki Karyawan yang Baik .....	70
Tabel 5.17. Tanggapan Responden Mengenai Go-jek Menjaga Citra Produk.....	71
Tabel 5.18. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Promosi.....	71
Tabel 5.19. Tanggapan Responden Mengenai Menggunakan Jasa Go-jek karena Kebutuhan .....	73
Tabel 5.20. Tanggapan Responden Mengenai Informasi Go-jek dari Internet.....	74
Tabel 5.21. Tanggapan responden mengenai Menggunakan Jasa Go-jek karena Pernah Menggunakannya .....	74
Tabel 5.22. Tanggapan Responden Mengenai Memilih Go-jek untuk Menghindari Kemacetan .....	75
Tabel 5.23. Tanggapan responden mengenai Memilih Go-jek dibandingkan	

jasa angkutan online lainnya.....	76
Tabel 5.24. Tanggapan responden mengenai Kepuasan Menggunakan go-jek .....	77
Tabel 5.25. Tanggapan responden untuk Merekomendasikan Go-jek kepada Orang Lain .....	78
Tabel 5.26. Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 5.27. Hasil Uji Validitas .....	80
Tabel 5.30. Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 5.31. Hasil Uji Normalitas Kolmogrom-Smirnov .....	84
Tabel 5.32. Hasil Uji Multikolinearitas .....	87
Tabel 5.33. Hasil Uji Regresi Linear berganda.....	88
Tabel 5.34. Hasil Uji F Hitung.....	90
Tabel 5.35. Hasil Uji T Hitung .....	91
Tabel 5.36. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	91





**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Keputusan pembelian .....	33
Gambar 2.2. Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4.1. Struktur Organisasi .....	50
Gambar 5.4.1. Uji Normalitas Histogram.....	84
Gambar 5.4.2. Uji Normlaitas P-Plot.....	85
Gambar 5.4.3. Uji Heteroskedasitas .....	86

