

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1. Telah Pustaka dan Hipotesis.....	9
2.1.1. Pengertian Harga	9
2.1.2. Peranan Harga	13
2.1.3. Strategi Penetapan Harga	12
2.2. Promosi.....	17
2.2.1. Pengertian Promosi	17
2.2.2. Bauran Promosi	19
2.2.3. 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 mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
2.3.3. Proses Keputusan Pembelian	30
2.4. Penelitian Terdahulu.....	34
2.5. Kerangka Berpikir	36
2.6. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Lokasi dan Subyek Penelitian	38
3.2. Operasional Variabel.....	38
3.3. Populasi dan Sampel	41
3.4. Jenis dan Sumber Data	42
3.4.1. Data Primer	42

3.5. Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1. Kuesioner atau Angket	42
3.5.2. Wawancara	42
3.5.3. Observasi	43
3.6. Teknik Analisis Data	43
3.6.1. Metode Analisis Deskriptif	43
3.6.2. Metode Analisis Kuantitatif	43
3.6.3. Uji Prasyarat Analisis	45
3.6.4. Uji Hipotesis	48
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	52
4.1. Sejarah PT. Go-jek Indonesia	52
4.2. Misi Visi Go-jek	53
4.3. Jenis Kegiatan dan Layanan Go-jek	54
4.4. Struktur Organisasi Go-jek Pusat	56
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
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. Analisa Deskriptif Variabel	59
5.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Tarif	59
5.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Promosi	70
5.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	78
5.3. Uji Instrumen	86
5.3.1. Uji Validitas	86
5.3.2. Uji Reliabilitas	88
5.4. Uji Prasyarat Analisis	89
5.4.1. Uji Normalitas	89
5.4.3. Uji Heteroskedasitas	92
5.4.4. Uji Multikolonieritas	93
5.5. Uji Hasil Hipotesis	94
5.5.1. Analisis Regresi Liner Berganda	94
5.5.2. Uji F	95
5.5.3. Uji T	96
5.5.4. Uji Koefisien Determinasi	97
5.6. Pembahasan	97

BAB VI PENUTUP	99
6.1. Kesimpulan.....	99
6.2. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jasa Transportasi Ojek Online	5
Tabel 2.1. Indikator Bauran Promosi	21
Tabel 2.2. Tabel Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1. Tabel 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 Tarif Berbeda pada setiap Produk.....	61
Tabel 5.6. Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Jarak Tempuh	62
Tabel 5.7. Tanggapan Responden Mengenai Tarif Harga Berbeda Ketika Musim Hujan	63
Tabel 5.8. Tanggapan Responden Mengenai Tarif yang Menarik Bagi Konsumen.....	64
Tabel 5.9. Tanggapan Responden Mengenai Potongan di Hari Besar Nasional.....	65
Tabel 5.10. Tanggapan Responden Mengenai Potongan Tarif untuk Mempromosikan Go-pay	67
Tabel 5.11. Tanggapan Responden Mengenai Harga yang Berubah-ubah	68
Tabel 5.12. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Tarif	69
Tabel 5.13. Tanggapan Responden Pemanfaatan Internet dalam Mengiklankan Produk	71
Tabel 5.14. Tanggapan Responden Mengenai Diskon Jangka Pendek.....	72
Tabel 5.15. Tanggapan Responden Go-jek Memiliki Karyawan yang Baik	74
Tabel 5.16. Tanggapan Responden Mengenai Go-jek Menjaga Citra Produk	75
Tabel 5.17. Tanggapan Responden Mengenai Bonus Cashback 100%	77
Tabel 5.18. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Promosi.....	77
Tabel 5.19. Tanggapan Responden Menggunakan Jasa Go-jek Karena Kebutuhan.....	79
Tabel 5.20. Tanggapan Responden Mengenai Informasi Go-jek	

dari Internet dan Situs Web.....	80
Tabel 5.21. Tanggapan Responden Menggunakan Jasa Go-jek karena Pernah Menggunkannya.....	80
Tabel 5.22. Tanggapan Responden Memilih Go-jek karena Menghindari Kemacetan	81
Tabel 5.23. Tanggapan Responden Memilih Go-jek Dibandingkan Jasa Angkutan Lainnya	82
Tabel 5.24. Tanggapan responden mengenai Kepuasan Menggunakan Go-jek.....	83
Tabel 5.25. Tanggapan responden ntuk Merekomendasikan Go-jek kepada Orang Lain	84
tabel 5.26. Reakpitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 5.27. Hasil Uji Validitas Harga.....	86
Tabel 5.28. Hasil Uji Validitas Promosi	87
Tabel 5.29. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	88
Tabel 5.30. Hasil Uji Reliabilitas.....	99
Tabel 5.31. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	90
Tabel 5.32. Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
Tabel 5.33. Hasil Regresi Linear Berganda	94
Tabel 5.34. Hasil Uji H Hitung.....	95
Tabel 5.35. Hasil Uji T Hitung	96
Tabel 5.36. hasil Uj Koefisien Determinasi.....	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Keputusan Berkunjung Pembelian.....	33
Gambar 2.2. kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Go-jek Pusat	56
Gambar 5.1.1. Petepan Tarif Berdasarkan Produk.....	60
Gambar 5.1.2. Penetapan Tarif Psikologis.....	64
Gambar 5.1.3. Penetapan Tarif Promosi	66
Gambar 5.1.4. Periklanan.....	70
Gambar 5.1.5. Promosi Penjualan.....	72
Gambar 5.1.6. Hubungan Masyarakat.....	73
Gambar 5.1.7. Mempertahankan dan Melindungi Cita Produk	74
Gambar 5.1.8. Aplikasi Go-jek	76
Gambar 5.1.9. Uji Normalitas Histogram	90
Gambar 5.10. Uji Normalitas P-P Plot.....	91
Gambar 5.11. Uji Heteroskedasitas Scatterplot	92