

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa penggunaan teori strategi biaya rendah (*cost leadership*) menurut Porter (1996) yang digunakan oleh Go-Jek sangat mempengaruhi keputusan pengguna layanan transportasi online karena konsumen melihat atau menggunakan harga sebagai faktor penentu keputusan penggunaan. Serta pada teori TAM (*Theory Acceptance Model*) menurut Davis (1989) pada variabel kemudahan (*perceived ease to use*) dimana penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pengguna sesuai dengan apa yang diberikan oleh Go-Jek. Menurut Devaraj et al (2003) yang mencetuskan tentang keputusan penggunaan jasa secara online dimana faktor yang mempengaruhi meliputi keamanan, kualitas informasi, harga, kemudahan, kualitas, dan faktor lain. Dimana faktor lain dari hasil penelitian ini merupakan faktor promo. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini, dimana persentase faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen yaitu faktor promo, harga, serta kemudahan. Faktor kemudahan dalam penelitian ini merupakan faktor tambahan yang mempengaruhi hasil riset ini. Pengguna transportasi Go-Jek juga tidak mementingkan loyalitas tetapi mementingkan keuntungan yang didapat. Strategi ini merupakan kunci utama suatu perusahaan dalam menjadi *market leader* yang bisa meningkatkan keuntungan perusahaan.

Hal tersebut yang membuat Go-Jek sangat digemari oleh banyak kalangan, karena promo yang banyak serta harga yang relatif murah akan menarik minat pengguna dalam memakai layanan jasa yang diberikan oleh Go-Jek. Kualitas layanan

yang diberikan oleh setiap penyedia layanan jasa merupakan suatu fasilitas bagi segala brand yang ada, oleh karena itu harga yang murah merupakan kunci utama untuk menarik masyarakat untuk menggunakan layanan jasa transportasi online.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini :

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas lingkup sample karena pada penelitian ini sampel nya merupakan warga kota semarang dan berusia 17 – 25 tahun dan juga hampir seluruhnya merupakan pelajar/mahasiswa. Sehingga peneliti selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup sampelnya tidak hanya masyarakat kota Semarang dan berusia 17 – 25 tahun dan sampel tidak hanya 40 responden saja karena semakin banyak responden yang diteliti akan memperlengkap dan akan semakin akurat hasil yang didapat.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan juga dapat melanjutkan penelitian ini, karena pada penelitian ini sudah ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan transportasi online melalui aplikasi mobile Go-Jek maka peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai penelitian kuantitatif.
3. Untuk pihak Go-Jek dapat mempertahankan kualitasnya dalam hal pemberian promo, dari segi harga, keamanan, kualitas layanan, kualitas informasi, dan diharapkan dapat terus konsekuen dalam berinovasi dalam mengikuti perkembangan zaman agar tetap bisa bersaing dengan layanan-layanan sejenis.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini mempunyai keterbatasan penelitian sebagai berikut :

1. Jumlah sampel yang hanya 40 responden dan lingkupnya terbatas yaitu masyarakat di Kota Semarang dengan kriteria 17-25 tahun.
2. Ada juga beberapa responden tidak mau menjawab pertanyaan dengan rinci dan mendetail.

