

PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA ANGKUTAN GOJEK

Hendi Naulibasa¹ Felicia² Jesselyn Salim³

Program Studi Manajemen

Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia

Abstrak

Persaingan di pasar transportasi online semakin ketat dengan hadirnya Gojek, Grab, dan lainnya. Gojek telah membangun ekosistem layanan luas, namun menghadapi tantangan seperti kenaikan tarif yang dianggap tidak sebanding, penurunan kualitas layanan, waktu tunggu lama, serta masalah teknis aplikasi. Faktor-faktor ini berpotensi mendorong pengguna beralih ke layanan lain. Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini memiliki alur yang jelas dan teratur. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sifat penelitian ini adalah penelitian kausal yang juga dikenal sebagai penelitian eksplanatori dimana jenis penelitian ini meneliti apakah ada hubungan sebab-akibat antara dua peristiwa yang terpisah. Hal ini akan terjadi ketika ada perubahan pada salah satu variabel bebas, yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah: seluruh mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Prima Indonesia yang menggunakan jasa Gojek sebagai transportasi online yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti atau bias. Karena populasinya tidak diketahui, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Lemeshow. Dapat dijelaskan bahwa perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Untuk teknik sampling yang digunakan yaitu *accidental sampling* dimana responden akan dipilih secara acak menjadi sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa angkutan Gojek. Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa angkutan Gojek. Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa angkutan Gojek. Harga, Pelayanan dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa angkutan Gojek.

Kata Kunci: Harga, Pelayanan, Promosi, Keputusan Penggunaan