

ABSTRAK

PENGARUH PRESEPSI HARGA, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA ANGKUTAN GOJEK PADA ANAK SEKOLAH DI KOTA AMBARAWA

Transportasi merupakan bidang kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Seiring perkembangan bisnis transportasi, maka saat ini telah banyak bisnis transportasi yang menggunakan sarana media online, salah satunya adalah Gojek. Menghadapi persaingan jasa angkutan yang semakin ketat membuat Gojek harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar banyak masyarakat mengambil keputusan menggunakan jasa transportasinya. Faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi adalah harga, pelayanan dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, pelayanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi Gojek.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua siswa SMA Negeri 1 Ambarawa, SMA Virgo Fidelis Ambarawa, SMA Bhakti Awam Ambarawa dan SMA Islam Sudirman Ambarawa teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proposional random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Analisis data dilakukan dengan regresi berganda namun terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan didapatkan hasil bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai signifikan 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sementara secara simultan harga, pelayanan dan promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai signifikan 0,001 yang lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci : *Keputusan Penggunaan, Presepsi Harga, Pelayanan, Promosi*

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE PRECEPTION, SERVICE AND PROMOTION ON THE DECISION OF THE USE OF GOJEK TRANSPORT IN CHILDREN IN THE AMBARAWA CITY

Transportation is a very important field of activity in people's lives. Along with the development of the transportation business, so now there are many transportation businesses that use online media facilities, one of which is Gojek. Facing increasingly fierce competition in transportation services, Gojek must have the right marketing strategy so that many people make the decision to use their transportation services. Factors that can influence the decision to use transportation services are price, service and promotion. This study aims to determine the effect of prices, services and promotions on the decision to use Gojek transportation services

The population in this study were all students of Ambarawa 1 High School, Virgo Fidelis Ambarawa High School, SMA Bhakti Awam Ambarawa and SMA Islam Sudirman Ambarawa the sampling technique used was proportional random sampling. Data collection is done through a questionnaire. Data analysis was performed by multiple regression but first tested for validity and reliability.

Based on the data analysis, the results show that prices have a positive and significant influence on usage decisions with a significant value of 0.001 that is smaller than 0.05, services have a positive and significant effect on use decisions with a significant value of 0,000 that is smaller than 0.05, promotion has a positive and significant influence on usage decisions with a significant value of 0,000 less than 0.05. While simultaneous prices, services and promotions also have a positive and significant effect on usage decisions with a significant value of 0.001 which is smaller than 0.05.

Keywords : ***Decisions on Use, Price Preception, Service, Promotion***