PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI MY BLUE BIRD DI KOTA PALEMBANG

Skripsi



Nama: Audra Yolandita Varesah

NIM: 212017194

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2021

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI MY BLUE BIRD DI KOTA PALEMBANG

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama: Audra Yolandita Varesah

NIM : 212017194

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Audra Yolandita Varesah

Nim : 212017194 Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi Terhadap Keputusan

Menggunakan My Blue Bird di Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

 Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di instansi lainnya.

- Kaya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
- Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
- 4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2021

METERAL

S5AHF530404026

MARGINUPIAN

Audra Yolandita Varesah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah

Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul

: Pengaruh Harga, Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan My

Blue Bird Di Kota Palembang

Nama

: Audra Yolandita Varesah

NIM

: 212017194

Fakultas

: Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi

: Pemasaran

Diterima dan disahkan

Pada Tanggal

Maret 2021

Pembimbing I,

Yudha Manrom. DS,S.E.,MSi

NIDN: 0221036902

Pembimbing II,

Nadia Afriliana, S.E., M.Si

NIDN: 0219048501

Mengetahui,

Dekan

tua Program Studi Manajemen

Trihandayani.S.E.,M.Si

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

"Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan.

Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras

(untuk urusan yang lainnya)" (QS. Al-Insyirah 5-6)

PERSEMBAHAN:

- Dengan Nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, Segala Puji Bagi

 Allah
- Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu Alaihi Wassalam Yang Paling Ku Kagumi

 Kupersembahkan Karya Sederhana ini Kepada:
 - Orang Tuaku Tercinta, Ayahanda Arwin Irmansyah dan Ibuku Resmawati
 - Keluarga Besarku Yang Tersayang
 - Dosen-Dosenku Yang Luar Biasa
 - Sahabat dan teman-teman seperjuanganku

PRAKATA



Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillahi Rabbil'Alamin puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu melindungi, mencurahkan rahmat, dan hidayahNya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi My Blue Bird Palembang" dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan karena bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Ayahanda dan Ibunda Tercinta serta Keluarga Besar yang Kusayangi. Kupersembahkan karya kecil ini, untuk cahaya hidupku yang senantiasa mendoakan setiap waktu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis juga menyampakan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

- Bapak DR. Abid Djazuli S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Ibu Hj. Maftuhah Urrahmi., SE,M,Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Ibu Dr. Zaleha Trihandayani S.E.,M.Si dan Bapak Mister Candera, S.Pd.,M.Si selaku Ketua Dan Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.

vii

4. Bapak Yudha Mahrom DS. S.E., M.Si dan Ibu Nadia Afriliana, S.E., M.Si selaku

pembimbing I dan II yang dengan penuh kesabaran membimbing dan

memberikan arahan dan masukkan yang sangat berguna sehingga skripsi ini

dapat diselesaikan dengan baik.

5. Bapak Sudarta Salman. S.E, M.M selaku pembimbing akademik.

6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Palembang.

7. Kepada para responden yang telah bersedia menyediakan waktunya untuk ikut

membantu dalam penyusunan skripsi ini.

8. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku, ayahanda Arwin

Irmansyah dan ibuku Resmawati dan kakakku Hebi Mandala Putra S.H yang

selalu mendoakan dan selalu memberikan dukungan selama ini.

9. Sahabat-sahabatku tercinta yang sama-sama berjuang dari awal semester 1

hingga akhirnya bersama-sama menjadi sarjana Patriani, Desi Ratna Sari, Nur

Seha, dan Riski Damaiyanti.

Semoga semua amal baik mereka dicatat sebagai amalan yang baik oleh Allah

SWT. Penulis berharap semoga dari laporan penelitian ini memberikan manfaat

bagi pembaca. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Palembang, Maret 2021

Audra Yolandita Varesah

vii

DAFTAR ISI

HALAMAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN v
HALAMAN PRAKATA vi
DAFTAR ISIvii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR LAMPIRAN xi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN
DAN HIPOTESIS
A. Landasan Teori 10
B. Penelitian Sebelumnya
C. Kerangka Pemikiran28
D. Hipotesis
BAB III METODE PENELITIAN 29
A. Jenis Penelitian29
B. Lokasi Penelitian

C. Operasional Variabel30
D. Populasi dan Sampel31
E. Data yang Diperlukan
F. Metode Pengumpulan Data34
G. Analisis Data dan Teknik Analisis
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 42
A. Hasil Penelitian42
B. Pembahasan Hasil Penelitian 42
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 42
A. Kesimpulan
B. Saran
DAFTAR PUSTAKA 65
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Wawancara Pra Riset	6
Tabel III.1 Operasional Variabel	30
Tabel IV.1 Uji Validitas	44
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	45
Tabel IV.3 Karakteristik Jenis Kelamin	46
Tabel IV.4 Karakterustik Usia	46
Tabel IV.5 Karakteristik Pembelian/Pengguna	47
Tabel IV.6 Keputusan Menggunakan	48
Tabel IV.7 Harga	49
Tabel IV.8 Promosi	50
Tabel IV.9 Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel IV.10 Uji F	53
Tabel IV.11 Uji t	54
Tabel IV.12 Uii Koefisien Determinasi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

Lampiran 2 : Daftar Kuesioner

Lampiran 3 : Tabulasi Data Jawaban Responden

Lampran 4 : Distibusi responden (identitas responden)

Lampiran 5 : Hasil Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Lampiran 7 : Hasil Regresi, Uji F, dan Uji t

Lampiran 8 : Tabel r

Lampiran 9 : Tabel F

Lampiran 10 : Tabel t

Lampiran 11 : Surat Keterangan Telah Melakukan Riset

Lampiran 12 : Kartu Aktifitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 13 : Sertifikat AIK

Lampiran 14 : Sertifikat SPSS

Lampiran 15 : Sertifikat Komputer

Lampiran 16 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Audra Yolandita Varesah / 212017194 / 2021/ Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi My Blue Bird Di Kota Palembang.

Rumusan masalah 1) Adakah pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird Di Kota Palembang. 2) Adakah pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird Di Kota Palembang. 3) Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird Di Kota Palembang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan 1) Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan Menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang. 2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang. 3) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan mengunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang. Jenis penelitian ini bersifat Asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yaitu masyarakat Kota Palembang yang pernah menggunakan Aplikasi My Blue Bird dengan menggunakan Teknik Purposive Sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner (Angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Liniear Berganda, Uji F dan Uji t, serta Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukan 1) Hasil uji F, membuktikan ada pengaruh harga dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan menggunakan My Blue Bird di Kota Palembang. 2) Hasil uji t, membuktikan ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang. 3) Hasil uji t, membuktikan ada pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang.

Kata Kunci: Keputusan Menggunakan Aplikasi My Blue Bird, Harga dan Promosi

Abstract

Audra Yolandita Varesah / 212017194 / 2021 / The Effects of Price, and Promotion on the Decision to Use My Blue Bird in Palembang City.

Problem formulation was to find out whether 1) was there any effects of price and promotion on the decision to use My Blue Bird in Palembang city, 2) was there an effect of price on the decision to use My Blue Bird in Palembang city, 3) was there an effect of promotion on the decision to use My Blue Bird in Palembang city. This research was conducted with the aim of 1) to determine the effects of price and promotion on the decision to use My Blue Bird in Palembang city, 2) to determine the effect of price on the decision to use My Blue Bird in Palembang city, 3) to determine the effect of promotion on the decision to use My Blue Bird in Palembang city. This type of research was associative. The sample used 100 respondents, that was all people of Palembang city who had used My Blue Bird by using purposive sampling technique. The data in this study were primary data. The data collection method used a questionnaire method. The data analysis technique used Multiple Linear Regression Analysis. The results of this study indicated that 1) the results of the f test proved that there was an effect of price and promotion together on the decision to use My Blue Bird in Palembang city, 2) The results of the t test prove that there is a partial effect of price on the decision to use My Blue Bird in Palembang city, 3) the results of the t test proved that there was a partial effect of promotion on the decision to use My Blue Bird in Palembang city.

Keywords: Decision to use My Blue Bird, price and promotion.



BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah segala upaya untuk memuaskan konsumen dimana orang tersebut memberikan kepuasan melalui barang atau jasa yang berkaitan dengan kebutuhan dan keingianan setiap konsumennya secara menyeluruh dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Dalam memberikan pelayanan yang sebaik mungkin seorang pemasar memerlukan marketing max atau yang lebih kita kenal sebagai produk (product), harga (price), promosi (promotion), distibusi (place) orang yang dituju (people), sarana dan prasarana (physicalevidence) dan proses (proces). Pemasaran dan pasar memiliki arti yang sangat penting bagi seluruh jutaan rakyat didunia. Pemasaran merupakan suatu sistem kesuluruhan dari aktivitas atau kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan, mempromsikan, menentukan harga dan mendistribusi barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan, baik para pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Kegiatan pemasaran adalah kegiatan yang bersifat aktual, karena berhubungan langsung dengan kehidupan manusia sehari-hari, baik manusia secara individu, kelompok maupun masyarakat secara keseluruhan. Dalam suatu perusahaan kegiatan pemasaran memegang peranan penting dalam usaha untuk mencapai tujuan dan menjaga kelangsuangan perusahaan tersebut.

Salah satu kajian yang menarik dari pemasaran adalah perilaku konsumen Menurut Grifin dalam buku Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:8) prilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut *Lamb et al* dalam buku Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:8-9) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai "proses seorang pelanggan untuk membuat keputusan pembelian, juga untuk menggunakan dan membuang barang dan jasa yang dibeli, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.

Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam buku Ujang Sumarwan, 2017:357), mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Pengambilan keputusan konsumen (consumer decision making) adalah proses pengintergrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua prilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Menurut M. Anang Firmansyah (2018:27) keputusan membeli merupakan kegiatan pemecah masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku

atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Selain itu konsumen juga perlu memperhatikan harga untuk melakukan pembelian Menurut Grewal dan Levy dalam buku Fandy Tjiptono (2015:290) harga adalah pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang atau jasa. Harga dapat mempengaruhi persepsi konsumen dalam melakukan pembelian Bila harga terlalu mahal, maka produk yang bersangkutan akan tidak mudah terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau bahkan customer value menjadi rendah. Namun, jika harga yang di tawarkan lebih rendah perusahaan sulit mendapatkan kepercayaan akan kualitas yang baik terhadap konsumen dengan begitu perusahaan sulit mendapatkan laba. penetapan harga pada sasaran yang tepat merupakan faktor penting untuk kesuksesan jangka panjang maupun jangka pendek dalam sebuah perusahaan maka harga dapat menjadi senjata strategi untuk bersaing secara efektif.

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam *marketing mix* (bauran pemasaran) yang penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Menurut Rusydi Abubakar (2017:50) Promosi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna

memberikan informasi dan memperkenalkan produk kepada konsuemen melalui berapa media sesering mungkin untuk membangun kedekatan produk dengan para pedagang dan konsumen dengan harapan agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Rambat Lupiyoadi (2018:178) Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasasran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Meningkatnya pertumbuhan penduduk dengan tingkat kesibukan masyarakat, sarana transportasi mempunyai peranan yang penting sebab masyarakat memerlukan alat transportasi yang bermutu untuk membantu dalam kegiatan sehari-hari dalam mengantarkan konsumen dari satu tempat ketempat yang lain. Sarana jasa transportasi memiliki berbagai macam, seperti kapal laut, commuter, angkutan kota, bus kota, dan pesawat terbang. Salah satu bentuk layanan jasa transportasi yang diminati masyarakat adalah taksi.

Selain itu Seiring dengan berkembangnya pola pikir dan pemanfaatan kecanggihan teknologi, transportasi juga mengalami perubahan dimana beberapa tahun terakhir makin banyaknya perusahaan penyedia jasa taksi berbasis daring yang mampu mempermudah konsumen untuk membantu aktivitasnya dalam melakukan pemesanan, menerima

informasi, dan melakukan pembelian dengan perangkat telekomunikasi pribadi. Perubahan yang terjadi mengakibatkan perusahaan jasa taksi konvensional yang masih menerapkan argo sebagai tarif yang tidak dapat diprediksi oleh calon konsumen mengalami bangkrut dan harus berlomba lomba meningkatkan keputusan pembelian agar dapat bertahan dalam keadaan kondisi bisnis seperti ini.

PT. Blue Bird Group merupakan perusahaan asal Indonesia yang didirikan pada tahun 1972 di Jakarta yang bergerak di bidang jasa transportasi. Pada awalnya PT. Blue Bird didirikan untuk menyediakan alternatif jasa transportasi yang berkualitas dan menjadi pelopor penggunaan tarif berdasarkan sistem argo pada taksi. Seiring dengan perkembangan waktu, Blue Bird menambahkan armadanya yang tersebar di sejumlah kota besar di Indonesia yakni Jabodetabek, Bandung, Semarang, Banten, Yogyakarta, Solo, Surabaya, Bali, Lombok, Manado, Batam, Medan, Palembang, Padang, dan Pekanbaru. Pada tahun 2016 lalu PT. Blue Bird meluncurkan aplikasi My Blue Bird sebagai salah satu perusahaan taksi konvensional yang mengembangkan sistem pemesanan daring melalui perangkat smartphone.

My Blue bird merupakan aplikasi yang digunakan konsumen untuk memesan taksi secara online melalui perangkat telekomunikasi pribadi. Selain itu, aplikasi My Bluebird telah memiliki fitur baru yaitu Easy Ride, dimana pelanggan dapat stop taksi di jalan, pangkalan taksi, hotel, dan pusat perbelanjaan tanpa harus menunggu pesanan taksinya datang serta melakukan pembayaran dengan tunai maupun non tunai. Dalam penerapannya, My Bluebird menetapkan tarif harga sesuai dengan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 118 Tahun 2018 mengenai tarif taksi online. My Bluebird mematok tarif minimum sebesar Rp 20.000,00 dan tarif per kilometer Rp 4.100,00 (https://www.cermati.com/artikel/).

Berikut ditampilakan hasil wawancara yang dilakukan kepada 30 responden di kota Palembang yang pernah menggunakan My Blue Bird.

Tabel I.1Alasan masyrakat menggunakan My Blue Bird di kota Palembang

No	Indikator	Setuju	Tidak
			Setuju
	Keputusan menggunakan		
1	Layanan di Aplikasi My Blu Bird	5	25
	bervariasi		
2	Merek yang terkenal	9	21
	Harga		
1	Harga yang ditawarkan Aplikasi My	7	23
	Blue Bird terjangkau		
2	Harga yang ditawarkan Apliksi My Blue	3	27
	Bird sesuai dengan kualitas yang		
	diberikan		
	Promosi		
1	Iklan Aplikasi My Blue Bird sering	4	26
	terlihat		
2	Apliksi My Blue Bird sering	11	19
	mengadakan potongan harga		

Sumber: Wawancara Pra Riset,2020

Berdasarkan tabel hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa variabel yang menjadi pertimbangan masyarakat menggunakan Aplikasi My Blue Bird antara lain sebagai berikut:

1. Keputusan menggunakan

- a. Layanan di Aplikasi My Blue Bird bervarisi , sebanyak 25 responden melilih tidak setuju karena Aplikasi My Blue Bird hanya ada layanan taksi saja.
- b. Merek yang terkenal, sebanyak 21 responden memilih tidak setuju karena masyarakat banyak yang belum mengetahui tentang Aplikasi My Blue Bird.

2. Harga

- a. Harga yang ditawarkan Aplikasi My Blue Bird terjangkau, sebanyak 23 responden menjawab tidak setuju karena tarif yang ditawarkan blue bird sangat sangat mahal.
- b. Harga yang ditawarkan Aplikasi My Blue Bird sesuai dengan kualitas yang diberikan, sebanyak 27 responden menjawab tidak setuju karena kualitas yang ditawarkan Aplikasi My Blue Bird yang dirasakan konsumen sama saja dengan taksi *online* lainya yang lebih murah.

3. Promosi

- a. Iklan Aplikasi My Blue Bird sering terlihat, sebanyak 26 responden memilih tidak setuju karena iklan Apliksi My Blue Bird tidak pernah terlihat di televisi dan media sosial.
- b. Aplikasi My Blue Bird sering mengadakan potongan harga, sebanyak 19 responden memilih tidak setuju karena Aplikasi My Blue Bird jarang ada potongan harga atau diskon.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang**

A. Rumusan Masalah

- 1. Adakah pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang?
- 2. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang?
- 3. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang?

B. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang.
- Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang.
- Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan mengunakan Aplikasi My Blue Bird di Kota Palembang.

C. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penulisan diatas maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya.

1. Bagi Penulis

Peneliti ini dapat memberikan gambaran praktek dari teori manajemen pemasaran khususnya dalam prilaku konsumen yang selama ini diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

Daftar Pustaka

- A.A. Bulan Dwi Agustini Primantari dan Ni Made Purnami (2017) Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Taksi *Online* Blue Bird. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akutansi*, 23(2):75-88. Diakses Desember 2017
- Andra Terisna (2018) Metode Penelitian. Yogyakarta.
- Buchari Alma (2012) Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembilan. Bandung: Alfabeta
- Dahlia A Banjarnahor (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Taksi Blue Bird Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(3):57-65. Dikases Desember 2018
- Danang Sunyoto (2012) Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS
- Diah Isnaini Asiati (2019) *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri
- Ervita Safitri dan Kholilah (2018) Statistik 1. Palembang: Citra Books
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Fandy Tjiptono (2015) Strategi Pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta : ANDI
- Iqbal Hasan (2015) *Pokok-Pokok Materi Statistik II* (Edisi 2). Jakarta: Bumi Aksara.
- Jifly Kandoli (2019) Analisa Pengaruh Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Taxi Online Go-Car Oleh Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA*, 7(3): 3458-3467. Diakses Juli 2019
- M. Anang Firmansyah (2018) *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA
- Muhammad Rezky (2020) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Mobile Transportasi Online. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(3):264-271. Diakses November 2020
- Rambat Lupiyoadi (2018) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Reminta Lumban Batu, Nine Inten Suryani, Nita Septia dan Priska Febiola Sekaryahya (2020) Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *Jurnal Manajemen Sdm*, *Pemasaran*, *Dan Keuangan*, 1(1):37-56. Diakses Maret 2020
- Rusydi Abubakar (2018) *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cv ALFABETA
- Sudaryono (2016) Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Ujang Sumarwan (2017) Perilaku Konsumen. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zuhriah dan Ervita (2017) *Statistik II*. Palembang : Universitas Muhammadiyah Palembang.