

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat beli jasa transportasi ojek *online* maxim dikalangan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan F hitung  $64.445 > F$  tabel 2,698.
2. Secara parsial promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat beli jasa transportasi ojek *online* maxim dikalangan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $3.991 > t$  tabel 1,985, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh secara parsial dengan nilai sig  $0,356 > 0,05$  dan t hitung  $-0,941 < t$  tabel 1,985.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini ada beberapa saran yang dapat penulis berikan yaitu:

1. Hendaknya pihak ojek online maxim dapat meningkatkan kualitas pelayanannya agar memberikan kenyamanan kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

2. Hendaknya pihak ojek online maxim dapat meningkatkan lagi promosi-promosinya agar dapat dikenal oleh khlayak semua orang sehingga dapat bersaing dengan ojek online lainnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya bisa menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan informasi dan perbandingan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih mendalam dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU & E-BOOK

- Arikunto, S. (2013) *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Amir, A., Junaidi, & Yulmardi. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*. IPB Press.
- Aptaguna dan Pitaloka, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek," *Widyakala*, 3 (Maret 2016), 52.
- Buchari, A. (2013) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ciacin Putri Embun Sari dan Ayuh, E. T. (2020) "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Eksistensi pada Transportasi Online di Kota Bengkulu," *J-Sikom*, hlm. 34–41.
- Daryanto (2013) *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (Cetakan 2)*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dharmmesta, B. S. dan Irawan (2013) *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Ferdinand, A. (2014) *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fajar, Laksana. (2008) *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis* : Graha Ilmu
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Handayani, T. dan Fathoni (2019) *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utami.
- Hasibuan, M. (2016) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Deepublish.

- Kertamukti, R. (2015) *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L.(2009) *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 12*. Alih Bahasa Benyamin Molan.Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2013) *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Martono, Nanang. (2010). *Metode Penelitian kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Oentoro, D. (2012) *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah dengan IBM SPSS*. CV. Jakad Publishing.
- Sarwono, J. (2013) *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013a) *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013b) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy. (2014) *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Skripsi* (Banjarmasin: UIN Antasari, 2021), hlm. 23-24.

Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi Konsep, Teori dan Penerapan*. UB Press.

## **JURNAL & SKRIPSI**

Ananda, Bayu Putra., Syofian., dan Markoni (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online (Maxim Kota Bengkulu). *Jurnal Bisnis Net* Vol. 6 No. 2

Arslan, M., & Phil, M. (2014). Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. 9.

Burhan, F. A. (2020) "Tarif Ojek Online Naik, Strategi Bisnis Maxim di Indonesia Terdampak," *Katadata.co.id*. Tersedia pada: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a470c355e3/tarif-ojek-online-naik-strategi-bisnis-maxim-di-indonesia-terdampak>

Ciacin Putri Embun Sari dan Ayuh, E. T. (2020) "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Eksistensi pada Transportasi Online di Kota Bengkulu," *J-Sikom*, hlm. 34–41.

Dianti, Siti. (2018). Pengaruh Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Angkutan Gojek Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah .

Eko Purnomo (2016) *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)*. Universitas Pasir Pengaraian.

Irsad Z (2010) "Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion dan Place) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator Esia," *Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 17.

Karinov. (2018). Pengertian Bauran Pemasaran (7P – Marketing Mix). Diambil dari: <https://karinov.co.id/pengertian-bauran-pemasaran-7p/>. (18 Desember 2022/2023)

Marza Afrina (2017) "Analisis Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)," *Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 20.

- Mohammad Chafidz Maulana Lubis (2014) “Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Green Cake & Coffee di Bandung,” *Jurnal: Universitas Widyatama Bandung*, 17.
- Muhamad, Fatihul A, Martina Rahmawati dan Anggit Yoebriliati (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Online Di Kota Serang. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, Vol. 2 No. 2
- Muhammad Abdan Nur dan Difi Dahliana. *Pengaruh Customer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee di Banjarmasin*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
- Nida Anisa (2020) . . *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Minat Membeli Ulang Jasa Transportasi Online Grab-Food pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Banjarmasin*. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Prasetya, A. Y. dan Wijaksana, T. I. (2021) *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online Maxim pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung*. Universitas Telkom.
- Putri, Nur Azizah Ali Murdhani Ngandoh dan Bahrul Ulum Ihlam. (2023). Pengaruh Harga,Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Ojek Online Di Kalangan Mahasiswa Nobel. *Jurnal Nobel Management Review*, Vol. 2, No. 2.
- Riofita, H. (2015) *Strategi Pemasaran*. Pekanbaru: CV Mutiara Pesisir Sumatera.
- Razak Ismail. (2016). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome di Provinsi Dki Jakarta. *Jurnal:UNKRIS Jakarta Timur*.
- Rafael Billy Leksono, Herwin (2017). Pengaruh Harga dan Promosi Grab Terhadap Brand Image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Bebas Online. *Jurnal:Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis Jakarta*.
- Sari, A. K. (2013) “Pengaruh Citra Merek dan Keluarga terhadap Keputusan Pembelian HONDA BEAT,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Septian Asabara (2020) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Sistem Informasi,*

*Harga dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Jasa Ojek Online Gojek.*  
Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Setyo Sari, Martono. (2014) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal: Universitas Negeri Surabaya*.

Setyaningsih, E., Ismawan, E. dan Hidayat, T. (2019) “Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan,” *j-sim : Jurnal Sistem Informasi*, 3(1), hlm. 33–38.

### **REFRENSI ASING**

Arslan, M., & Phil, M. (2014). Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. 9.

Bowen, J., Kotler, P., & Makens, J. (1999) .Marketing for hospitality and tourism (2nd ed). New Jersey: Prentice Hall.

Brannen, J. (1994). Mixing methods: Qualitative and Quantitative research. Avebury.

Decky Hendarsyah (2019) “E-Commerce di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0,” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), hlm. 171–184.

Brannen, J. (1994). Mixing methods: Qualitative and Quantitative research. Avebury. Stanton, W. J., Etzel, M. J. dan Walker, B. J. (2013) “Fundamentals of Marketing,” *Tenth Edition*, .