

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PENGGUNAAN  
GO-JEK SEBAGAI ALAT TRANSPORTASI  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)**

**JURNAL ILMIAH**

**Disusun oleh :**

**IVAN MUN'IM VARADIAN  
125020400111036**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2018**

## LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PADA PENGGUNAAN GO-JEK SEBAGAI ALAT  
TRANSPORTASI  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)**

Yang disusun oleh :

Nama : Ivan Mun'im Varadian  
NIM : 125020400111036  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Juli 2018.

Malang, 20 Juli 2018

Dosen Pembimbing,

**Dr. SUSILO., SE., MS.**  
**NIP. 196010301986011001**

**Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan  
Keputusan Pada Penggunaan Go-Jek Sebagai Alat Transportasi  
(Studi Kasus Mahasiswa Brawijaya Malang)**

**Ivan Mun'im Varadian, Dr. Susilo., SE., MS.**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya  
Email : [ivanmunvar@gmail.com](mailto:ivanmunvar@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Transportation became one of the important supporting factor in daily activities especially in urban areas. The regularity of the city can be created if it has good transport, this happens because transportation is a tool in driving development in the urban areas. In addition, transportation also is an infrastructure for human movement or goods incurred due to activity in urban areas. Indonesian. Malang became one of the more experienced congestion on some roads. At the time of an increasingly modern consumers like to have transportation services that are more practical and innovative. Recently transformed into a taxi-taxi with the birth of professional Go-Jek. Many have welcomed the presence of motorcycle taxis online as an option the model different transport services, but with the taxi pengkolan who did not receive an online presence where they presume that they took a taxi to their consumers online. The dispute between the two sides can not be bending to refer to an online attack action in doing the taxi pangkolan. The purpose of this research is to find out what factors that shape consumer preference in the use of Go-Jek as means of transportation at the University of Brawijaya Malang, because at the University a lot of demand for services Go-Jek. The results of this research are cost, reliability and security of a significant effect, while ease of influential not significantly to consumer preference.*

*Keywords: Consumer Preference, Go-Jek, Analysis Of Factors.*

**ABSTRAK**

Transportasi menjadi salah satu faktor penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Keteraturan kota dapat tercipta apabila memiliki transportasi yang baik, hal ini terjadi karena transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi pergerakan manusia atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan. Indonesia. Kota Malang menjadi salah satu kota yang semakin mengalami kemacetan di beberapa ruas jalan. Di jaman yang semakin modern konsumen ingin memiliki jasa transportasi yang lebih praktis dan inovatif. Baru-baru ini ojek bertransformasi menjadi sebuah ojek profesional dengan lahirnya Go-Jek. Banyak yang menyambut baik dengan keberadaan ojek online sebagai sebuah pilihan model jasa transportasi, namun berbeda dengan pihak ojek pengkolan yang tidak menerima keberadaan ojek online dimana mereka menganggap ojek online mengambi konsumen mereka. Perselisihan antara kedua belah pihak tidak dapat di bending hingga merujuk ke aksi penyerangan ojek online yang di lakukan para ojek pangkolan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang membentuk preferensi konsumen dalam penggunaan Go-Jek sebagai alat transportasi di Universitas Brawijaya Malang, karena pada Universitas tersebut permintaan atas jasa Go-Jek amat tinggi. Hasil dari penelitian ini yaitu Biaya, Kepercayaan dan Keamanan berpengaruh signifikan, sementara Kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap Preferensi Konsumen.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Go-Jek, Analisis Faktor.

---

## A. PENDEHULUAN

Transportasi menjadi salah satu faktor penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Keteraturan kota dapat tercipta apabila memiliki transportasi yang baik, hal ini terjadi karena transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi pergerakan manusia atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi yang semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Seiring berjalan waktu dan tuntutan kebutuhan muncul lah inovasi di bidang transportasi yaitu ojek *online*. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Komunikasi dan Informasi, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 139 juta pengguna. Hal ini membuat Indonesia sebagai negara dengan pengguna internet no 8 terbanyak di dunia. Hal tersebut menjadi salah satu alasan kuat para pengusaha untuk menggabungkan usaha gojek dan internet. Dengan adanya pengguna internet yang banyak di internet membuat para pengusaha berpikir kreatif agar beradaptasi dengan perkembangan jaman, serta dapat memenuhi kebutuhan para konsumen. Para pelaku usaha melakukan terobosan dengan menghadirkan ojek *online* di Indonesia.

Gojek di Indonesia menjadi fenomena bagi penggunanya hal ini karena gojek merupakan transportasi yang berbasis aplikasi online yang lebih dulu masuk dan dikenal oleh masyarakat indoneisa, meskipun penyebarannya tidak terdapat di semua kota di Indonesia namun gojek mampu menjadi alternatif jasa angkutan yang dibutuhkan masyarakat saat ini, gojek memiliki pengguna yang paling banyak sekitar 8,8juta/bulan yang dilihat dari penggunaan aplikasi di play store maupun ios. Hal ini membuktikan bahwa layanan jasa GoJek lebih unggul dibandingkan dengan layanan jasa ojek lain yang berada di Indonesia (sensortower.com)[15]. Berdasarkan hasil wawancara dengan seorang driver Go-Jek salah satu permintaan jasa paling banyak terdapat di Universitas Brawijaya Malang.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam faktor – faktor apa saja yang membuat mahasiswa Universitas Brawijaya lebih memilih menggunakan layanan jasa Go-Jek dengan menggunakan pendekatan analisis faktor.

## B. KAJIAN PUSTAKA

### **Teori Konsumsi**

Konsumsi diambil dari Bahasa Belanda yaitu *consumptie* yang memiliki makna suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, bisa berupa jasa ataupun barang, untk dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, untuk kepentingan diri sendiri, orang lain, ataupun makhluk hidup lain namun tidak di perdagangkan.

### **Teori Perilaku Konsumen**

Hawkins, Best dan Coney (Suryani, 2008:6), mendefenisikan perilaku konsumen sebagai berikut: "Consumer behaviour is the study if individuals, groups or organizations and the process they use to select, secure, use and dispose of products, services, experiences or ideas to satisfy need and the impact that these processes have on the consumer and society". Seperti yang dikemukakan oleh Hawkins dkk dapat kita simpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi dan proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat.

### **Teori Preferensi**

Preferensi konsumen di artikan sebagai sebuah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Produk yang di pilih oleh konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 1997).

Untuk menerangkan tingkah laku individu dalam masalah penetapan pilihan cukup banyak hal yang perlu di pertimbangkan. Menurut Nicholson (1994), hubungan preferensi diasumsikan memiliki tiga sifat dasar:

### 1. Kelengkapan (Completeness)

Jika A dan B merupakan dua kondisi atau situasi, maka tiap orang selalu harus bisa menspesifikasikan apakah:

- a. A lebih disukai dari pada B
- b. B lebih disukai dari pada A, atau
- c. A dan B sama-sama disukai

Atas dasar ini setiap orang diasumsikan tidak merasa bingung dalam menentukan pilihan, karena setiap orang tahu mana yang baik dan mana yang buruk dan dengan demikian selalu bisa menentukan pilihan diantara dua alternatif.

### 2. Transitivitas (Transitivity)

Jika seseorang menyatakan lebih menyukai A dari pada B, dan lebih menyukai B dari pada C, maka orang tersebut harus lebih menyukai A dari pada C. Maka dari itu seseorang tidak bisa mengartikulasikan preferensi yang saling bertentangan.

### 3. Kontinuitas (continuity)

Jika seseorang lebih menyukai A dari pada B, ini berarti segala kondisi dibawah A tersebut disukai dari pada kondisi dibawah pilihan B.

Diasumsikan preferensi tiap orang mengikuti dasar di atas. Dengan demikian tiap orang selalu dapat membuat atau menyusun ranking semua situasi atau kondisi mulai dari yang paling disenangi hingga yang paling tidak disukai dari bermacam barang atau jasa yang tersedia. Seseorang yang rasional akan memilih barang yang paling disenanginya. Dengan kata lain, dari sejumlah alternatif yang ada orang lebih cenderung memilih sesuatu yang dapat memaksimumkan kepuasannya (Nicholson, 1994).

## Penelitian Terdahulu

Penelitian Fikri Abdillah dan Damayanti Octavia (2016) berjudul Analisis Preferensi Konsumen Ojek Online di Jakarta Tahun 2016 dengan menggunakan teknik analisis conjoint mendapatkan hasil bahwa preferensi konsumen dalam memilih penyedia jasa ojek online di Jakarta yaitu, tersedianya asuransi bagi penumpang, tersedia jasa hujan, aplikasi yang mudah digunakan, waktu tempuh perjalanan yang singkat, mematuhi aturan lalu lintas, aplikasi sesuai dengan yang diharapkan, aplikasi memiliki grafis yang baik, tarif datar Rp 15.000 (maks 15 km).

Penelitian Zamhir (2014) berjudul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Air Minum Dalam Kemasan (Studi di Perumahan Graha Pandaan) dengan menggunakan teknik analisis regresi logistik mendapatkan hasil bahwa variabel-variabel yang meliputi pendapatan, harga, merek dan kualitas (Kemasan) berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam memilih air minum dalam kemasan. Serta pendapatan mempunyai pengaruh dominan terhadap preferensi konsumen dalam memilih air minum dalam kemasan.

Penelitian Aghnia Ghassani Harish dan Aditya Wardhana (2016) berjudul Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Preferensi Konsumen Go-Jek di Kota Jakarta dengan menggunakan teknik analisis data menggunakan analisis faktor mendapatkan hasil terbentuk 1 faktor baru yang dinamakan faktor keunggulan bersaing Go-Jek, yang terdiri dari 6 sub faktor secara berurutan, yaitu: kenyamanan, kecepatan, kepercayaan, kepraktisan, keamanan, tarif. Serta dari keenam sub faktor keunggulan bersaing Go-jek, dapat diketahui faktor yang paling dominan adalah kenyamanan dengan nilai korelasi tertinggi yaitu sebesar 0,812 atau 82,1%.

## C. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2010) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian ini bersifat deskriptif karena dalam penelitian ini dibutuhkan data yang berkaitan dengan suatu individu tertentu untuk menentukan preferensi terhadap pemilihan Go-Jek sebagai alat transportasi

dengan identifikasi keterkaitan antara Biaya, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan. Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Brawijaya Malang.

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya. Dalam penelitian ini sampel dilakukan secara acak karena yang dijadikan responden adalah para mahasiswa Universitas Brawijaya Malang. Jumlah sampel keseluruhan yang diteliti yaitu sebanyak 60 responden. Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Dimana data primer yaitu data yang langsung didapatkan dari sumber informasi tersebut, yang didapat dari wawancara serta memberikan kuisioner dan dokumentasi yang dilakukan sendiri oleh peneliti dari sumber ataupun informan. Dalam hal ini sumber yang dimaksud adalah dari para mahasiswa Universitas Brawijaya.

### **Metode Analisis Data**

#### **1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model analisis regresi linier berganda dari penelitian ini yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = jumlah kredit

$\alpha$  = konstanta, nilai terkait (Y) pada saat variabel independennya 0 ( $X_1, X_2 = 0$ )

$\beta_1$  = koefisien regresi berganda antara variabel independen  $X_1$  terhadap variabel dependen Y  $X_1$   
= suku bunga kredit

$\beta_2$  = koefisien regresi berganda antara variabel independen  $X_2$  terhadap variabel dependen Y  $X_2$   
= Produk Domestik Bruto

$\varepsilon$  = faktor lain yang mempengaruhi Y

#### **2. Pengujian Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk melihat nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik apabila nilai residual terdistribusi normal. Cara untuk mengetahui jika residual terdistribusi dengan normal atau tidak yakni menggunakan pendekatan uji Jarque Bera (JB test). JB test ini membandingkan nilai probabilitas Jarque Bera yang diperoleh dengan derajat signifikan yang telah ditentukan yakni 0,01.

##### **b. Uji Autokorelasi**

Pengujian ini dilihat untuk mengetahui apakah ada korelasi antara periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Analisis regresi ini melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, sehingga tidak boleh ada korelasi antara periode t dengan periode sebelumnya (Karim, 2011). Autokorelasi ini dilakukan dengan menggunakan uji *Breusch-Godfrey*.

##### **c. Uji Multikolinearitas**

Pengujian ini untuk mengetahui tinggi atau tidaknya autokorelasi antara variabel independen dalam satu model regresi. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen akan terganggu apabila terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel independennya. Cara yang digunakan untuk mengetahui apakah ada masalah multikolinearitas yang terjadi di dalam model regresi tersebut yaitu dengan cara melihat nilai matriks korelasi yang dihasilkan saat mengolah data, serta *Tolerance* dan VIF (*Varian Inflation Factor*). Jika VIF lebih besar dari 10 maka variabel independennya memiliki permasalahan multikolinearitas.

##### **d. Uji Heterokedastisitas**

Pengujian ini untuk melihat apakah ada ketidaksamaan varians residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Karena asumsi dari model regresi linear yaitu gangguan yang ada dalam regresi adalah homokedastisitas, yaitu semua gangguan memiliki varians yang sama. Untuk mengetahuinya, maka dilakukan uji *Breusch-Pagan-Godfrey*. Tingkat signifikan yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05 ( $\alpha=5\%$ )

#### **3. Pengujian Hipotesis**

##### **a. Uji t**

Pengujian hipotesis merupakan suatu prosedur yang menghasilkan suatu keputusan yakni menerima atau menolak hipotesis tersebut. Hipotesis merupakan bagian yang penting dalam penelitian karena penelitian tersebut menjadi terarah. Hipotesis harus diuji kebenarannya menggunakan uji statistik, sehingga hipotesis dapat dijasikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji F dan uji t. Hipotesis tersebut digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh positif dan signifikan dari variabel X dengan variabel Y.

## b. Uji F

Uji F-statistik merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen dalam persamaan tersebut (Gujarati, 2003).

## c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau yang disebut juga koefisien penentu  $R^2$  adalah suatu nilai yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Nilai  $R^2$  ini dinyatakan dalam bentuk persen. Nilai  $R^2$  sebesar 1 atau 100% menunjukkan adanya hubungan yang sempurna. Sedangkan nilai  $R^2$  sebesar 0 menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya (Gujarati, 2012).

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji regresi penelitian ini telah melewati pengujian asumsi klasik, dimana data terdistribusi normal, tidak ada autokorelasi maupun multikolinearitas, dan bebas heterokedastisitas. Berikut ini model dari hasil regresi linier berganda,

$$Y = 0,346 X_1 + 0,178 X_2 + 0,272 X_3 + 0,256 X_4 + \varepsilon$$

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, variabel dependen (Y) mengalami peningkatan maupun penurunan sesuai dengan nilai masing-masing variabel dengan asumsi variabel independen lainnya bersifat konstan.

Setelah melakukan uji regresi linier berganda, maka dilakukan uji t, uji F, dan *R-squared*.

Tabel 1 : Hasil uji t

Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob.	Keterangan
X1	0.346	2.708	0.009	Signifikan
X2	0.178	1.631	0.109	Tidak Signifikan
X3	0.272	2.675	0.010	Signifikan
X4	0.256	2.638	0.011	Signifikan

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Biaya, Kepercayaan dan Keamanan berpengaruh signifikan, sementara variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Konsumen.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### Biaya berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi konsumen

Jika pada penelitian ditemukan hasil searah maka dikatakan jika biaya semakin meningkat menyebabkan preferensi konsumen juga meningkat, hal tersebut juga terjadi pada penelitian terdahulu. Akan tetapi pada hasil penelitian ini di dapatkan hasil yang searah dengan biaya yang semakin rendah. Hasil yang di peroleh yaitu semakin rendah biaya yang konsumen keluarkan, maka preferensi konsumen akan meningkat.

Hasil tersebut juga sesuai dengan teori konsumsi, dimana apabila terjadi penurunan harga maka daya beli konsumen akan cenderung meningkat. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan.

#### Kemudahan berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap preferensi konsumen

Dalam hasil yang diperoleh kemudahan yang di alami konsumen dalam menggunakan Go-jek dalam menggunakan jasa transportasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumen. Hasil memperlihatkan bahwa responden yang dimana seluruhnya merupakan mahasiswa yang sudah tidak asing dengan beraktivitas dengan aplikasi mobile tidak mempertimbangkan seberapa mudah pemesanan jasa Go-jek yang di berikan oleh perusahaan.

Pada hasil tabulasi menunjukkan item pertanyaan X2.1 dan X2.2 bahwa konsumen tidak merasa kesulitan untuk mengoperasikan aplikasi dari Go-jek. Ini menunjukkan konsumen sudah terbiasa bertransaksi menggunakan aplikasi di handphone, sudah banyak kegiatan transaksi menggunakan elektronik seperti pembelian barang atau *ecommers*, transfer uang menggunakan *mobile banking*, pembelian tiket, dll. Sehingga indikator kemudahan ini memberikan indikasi bahwa para konsumen tidak memperdulikan kemudahan karena sudah terbiasa menggunakan aplikasi yang di sediakan pihak Go-jek untuk menggunakan jasanya.

#### Kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi konsumen

Pada hasil yang telah diperoleh indikator Kepercayaan membuktikan bahwa konsumen percaya bahwa ojek online lebih baik dari ojek pangkolan. Agar preferensi masyarakat terhadap ojek online meningkat maka perusahaan ojek online harus memberi perhatian yang lebih terhadap kepercayaan.

Kepercayaan dari konsumen dalam menggunakan ojek online dibandingkan dengan ojek pangkolan adalah dari penentuan tarif dimana pada ojek online ditentukan menggunakan aplikasi dengan menghitung jarak tempuh yang dilalui, sementara pada ojek pangkolan menggunakan system tawar menawar yang tak jarang memberikan harga yang tidak wajar atau mahal. Hal ini membuat masyarakat lebih percaya menggunakan ojek online dibandingkan dengan ojek pangkolan.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Afsar (2014) yang menjelaskan dalam penelitiannya memberikan bukti nyata bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumen pada suatu produk. Ini membuktikan bahwa tingkat kepercayaan berperan penting karena konsumen cenderung dalam memilih atau memutuskan untuk memilih produk bergantung terhadap kepercayaan pada produk tersebut.

#### **Keamanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi konsumen**

Tingkat keamanan pada ojek online meningkat, maka preferensi konsumen akan mengalami peningkatan juga. Perusahaan ojek online harus memperhatikan tingkat keamanan konsumen terhadap penggunaan jasa ojek online. Karena kepercayaan masyarakat akan keamanan dalam berkendara mendominasi konsumen agar loyal untuk menggunakan ojek online sebagai jasa transportasi.

Hasil pada observasi yang dilakukan pada penggunaan jasa ojek online, tingkat keamanan pada jasa ojek online sudah terelisasi dengan cukup baik. Ini dibuktikan dari lebih dari 50% narasumber setuju dengan keamanan yang di berikan Go-jek dengan memberikan helm serta masker pada konsumen. Hal tersebut menandakan perusahaan Go-jek benar-benar memperhatikan keamanan para konsumen dengan sangat baik. Bahkan disaat terjadi hujan kita masih bisa melanjutkan perjalanan tentunya dengan menggunakan jas hujan yang sudah dipersiapkan oleh driver Go-jek sebelumnya.

## **E. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan oleh penulis terhadap preferensi masyarakat dalam pemilihan model transportasi pada bab bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis sebagai berikut :

1. Variabel Biaya, Kepercayaan dan Keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen dalam memilih model alat transportasi.
2. Variabel Kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap preferensi konsumen, hal tersebut terjadi karena dalam penelitian ini populasi narasumber memiliki tingkat Pendidikan yang sama yaitu mahasiswa. Dimana notabennya mahasiswa sudah terbiasa beraktifitas menggunakan aplikasi mobile phone, Sehingga variabel kemudahan tidak diperdulikan.
3. Variabel Biaya (X1) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap preferensi konsumen karena variabel tersebut mempunyai nilai t-hitung yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lain, yaitu sebesar 2,708 dan angka Sig. yang paling kecil yaitu sebesar 0,009.

### **Saran**

1. Dengan meningkatnya ojek online, diharapkan pihak perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas jasa. Dari beberapa variabel yang dipaparkan, Biaya merupakan faktor yang paling penting dan harus mendapat perhatian lebih untuk ditingkatkan oleh pihak perusahaan ojek online karena menjadi faktor yang memiliki pengaruh paling besar dalam penentuan preferensi konsumen. Diharapkan kedepannya jasa ojek online menjadi layanan yang dipercaya oleh konsumen. Karena ojek online tidak hanya dikatakan sebagai inovasi terbaru, tapi dapat menjadi jasa yang diperlukan oleh masyarakat dari kalangan bawah hingga atas.
2. Pada penelitian ini populasi yang digunakan terlalu sempit, diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar lebih memperluas populasi bukan dari kalangan mahasiswa saja.



3. Variabel bebas merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi preferensi konsumen diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel-variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Fikri, dan Damayanti Octavia. 2016. *Analisis Preferensi Konsumen OjekOnline di Jakarta Tahun 2016*. Jurnal skripsi
- Fajar, Laksana, 2008, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Ghassani, Aghnia, dan Aditya Wardhana. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Preferensi Konsumen Go-Jek di Kota Jakarta*. Jurnal skripsi
- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Vol.100-125.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- GO-JEK. 2017. Profil, [online]. Tersedia: <http://www.go-jek.com/> [1 September 2017]
- Indarto, Rossi Prasetya. 2011. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Bundling Kartu GSM dengan Smartphone (Studi Terhadap Bundling Smartphone oleh Telkomsel dan XL)*. Jurnal – Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana)*. Salemba Empat. Jakarta
- Mankiw, N. Gregory. 2003. *Teori Makro Ekonomi Terjemahan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- McCarthy-Perreault. 1995. *Intisari Pemasaran Sebuah Ancangan Manajerial Global*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Natalia, Lia. 2010. *Analisis faktor persepsi yang mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja pada giant hypermarket bekasi*. Jurnal skripsi
- Nicholson, W. 1994. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Paul, Peter. J dan Jerry C. Olson, 2000, *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Sekaran. 2009. *Research Methods for Business*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sensor Tower. 2016. *App Intelligence*. Available [online]. Diakses tanggal 27 September 2016, dari <https://sensortower.com/android/au/pt-go-jekindonesia/app/go-jek/com.gojek.app>
- Setiadi, Nugroho J, 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Sugiaro Dkk 2007. *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2003). “ *Perilaku Konsumen* “. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik, 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sutrisno, 2006, *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zamhir. 2014. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Air Minum Dalam Kemasan (Studi di Perumahan Graha Pandaan)*. Jurnal skripsi