

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Hasil penelitian terhadap 100 responden yang merupakan masyarakat Kota Jakarta pengguna aplikasi Jaklingko selama tiga bulan terakhir, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pada hipotesis yang pertama terkaht hubungan variable tarif integrasi terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan hasil positif dan signifikan. Semakin baik tarif integrasi yang dilakukan oleh PT Jaklingko Indonesia makan akan semakin banyak konsumen untuk memutuskan penggunaan jasa melalui aplikasi Jaklingko
2. Hasil pada hipotesis yang kedua terkait hubungan variabel promosi terhadap variabel keputusan penggunaan jasa menunjukkan hasil positif dan signifikan. Semakin tinggi intensitas promosi yang dilakukan oleh PT Jaklingko Indonesia maka semakin banyak konsumen mengetahui produk Jaklingko dan semakin tinggi intensitas keputusan penggunaan jasa melalui aplikasi Jaklingko.
3. Hasil pada hipotesis yang ketiga terkait hubungan variabel kemudahan transaksi terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan hasil positif dan signifikan. Semakin mudah transaksi yang dilakukan oleh aplikasi Jaklingko, maka akan semakin meningkatkan keputusan penggunaan jasa aplikasi Jaklingko
4. Pada hipotesis keempat (H4) pada variabel Tarif Integrasi (X1), Promosi (X2), Kemudahan Transaksi (X3) secara bersamaan mempengaruhi Keputusan

penggunaan jasa. Dengan memperhatikan layanan tarif integrasi, promosi, kemudahan transaksi dapat membantu konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian.

4.2. Saran

Peneliti memberikan masukan berupa saran diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memecahkan masalah. Adapun saran yang di berikan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Pada variabel tarif integrasi terdapat item pertanyaan yang mendapatkan skor dibawah rata-rata yaitu pada system perhitungan tarif dan informasi tentang waktu tempuh. Adanya penilaian responden dapat menjadikan bahan evaluasi dan strategi bagi perusahaan Jaklingko untuk memperbaiki hal tersebut, agar konsumen dapat mendapatkan sistem perhitungan tarif yang lebih mudah dan informasi tentang waktu tempuh yang benar *update* pada kondisi jalan.
2. Pada variabel promosi terhadap item pertanyaan yang dibawah rata-rata yaitu pada pertanyaan media promosi, jangka waktu promosi, frekuensi promosi, ini menjadikan masukan bagi perusahaan dalam menerapkan promosi media yang massif untuk meningkatkan *awareness* masyarakat tentang tarif integrasi, jangka waktu promosi yang dirasa kurang lama dan tidak terlalu sering mengadakan promosi berpengaruh terhadap ketidaktahuan masyarakat tentang tarif integrasi. Hal tersebut dimaksudkan agar masyarakat lebih banyak informasi dan pengetahuan mengenai tarif integrasi agar meningkatkan pengguna moda transportasi umum untuk meminimalisir kemacetan.
3. Pada variabel kemudahan transaksi terdapat beberapa pertanyaan yang

memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu pertanyaan tentang kebingungan saat menggunakan aplikasi jaklingko, sistem yang rumit, fleksibel untuk digunakan, mudah untuk menggunakan aplikasi, ini menjadikan masukan bagi perusahaan Jaklingko untuk memperbaiki sistem aplikasi Jaklingko agar konsumen baru mendapatkan video tutorial bagaimana cara menggunakan fitur- fitur aplikasi jaklingko dan sistem yang mudah dipahami, aplikasi Jaklingko yang harus dirancang fleksibel dan mudah untuk digunakan bagi semua kalangan agar dapat memberikan banyak manfaat kepada konsumen.

4. Pada variabel keputusan pembelian terdapat satu pertanyaan yang dibawah rata-rata yaitu menjadikan aplikasi Jaklingko sebagai prioritas pemilih saat akan melakukan keputusan pembelian, hal ini menjadikan masukan bagi perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas aplikasi karena konsumen merasa aplikasi Jaklingko sering mengalami *qr-code* yang eror, hal ini yang membuat konsumen tidak menjadikan Jaklingko menjadi prioritas pilihan. Pelaksanaan penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam memperoleh data dimana dalam memperoleh responden dengan kriteria pengguna yang ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F., Dh, F., & Hidayat, K. (2015). PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA TOKO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pengunjung di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 28, Issue 2). www.designerior.com
- Aino. (2021). *Uji Coba Terbatas Kartu Transportasi dan Aplikasi JakLingko*. <https://www.ainosi.co.id/uji-coba-terbatas-jaklingko-superapp/>
- Al Ghazali, B., Rina Trisnawati, dan, Yani, J. A., Pos, T., & Kartasura, P. (2012). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Upah pada Auditor Sektor Publik (Pemerintah) (65-75) ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT UPAH PADA AUDITOR SEKTOR PUBLIK (PEMERINTAH)*.
- Alma, & Buchar. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Annur, C. (2023, May 16). *Jumlah Penduduk DKI Jakarta Capai 10,67 Juta Jiwa pada 2022, Wilayah Mana Terbanyak?* Databooks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/16/jumlah-penduduk-dki-jakarta-capai-1067-juta-jiwa-pada-2022-wilayah-mana-terbanyak>
- Ayuni, Amanda, S., & Yusuf, A. (2021). *Jurnal sains pemasaran indonesia. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, XI(3)*, 196–211.
- Basu Swastha. (2002). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed., Vol. 8). Liberty.
- Cooper, Donald R, & Emory, C. W. (1996). *Business Research Methods*. Erlangga.
- Daryanto. (2011). *Media Pembelajaran*. : Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Davis. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.
- Deavaj. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Denny Supriyadi, Alfatih S Manggabarani, & Heni Nastiti. (2020). *ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI UMUM JAK LINGKO DI JAKARTA SELATAN*.
- Dharmmesta, Basu Swastha, & Hani Handoko. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis dan Perilaku Konsumen*. BPFE Yogyakarta.
- Diana Wijaya, L. (2022, June 16). *JakLingko Bakal Dapat Cuan Rp 250 Per Transaksi Tarif Integrasi Penumpang*. <https://metro.tempo.co/read/1602438/jaklingko-bakal-dapat-cuan-rp-250-per-transaksi-tarif-integrasi-penumpang>
- Efrianto, A. (2016). *PENGARUH HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL THE ALANA SURABAYA Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Fandi, & Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. (3rd ed.). Andi.
- Fandy Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia.
- Faqih Ulumidin, A., & Moersidik, S. S. (2019). *ANALISIS KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN PADA ANGKUTAN MASSAL TRANSJAKARTA SUSTAINABLE ENVIRONMENT ANALYSIS FOR PUBLIC TRANSPORT TRANSJAKARTA*.
- Fizri Aulia; Zakia, & Afiati Indri Wardhani. (2020). *Implementasi Program Jak Lingko di DKI Jakarta*.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research, 18(1)*, 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>

- Ghozali. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozhali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit-Undip.
- Hair J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ho, C. I., & Lee, Y. L. (2007a). The development of an e-travel service quality scale. *Tourism Management*, 28(6), 1434–1449.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.12.002>
- Ho, C. I., & Lee, Y. L. (2007b). The development of an e-travel service quality scale. *Tourism Management*, 28(6), 1434–1449.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.12.002>
- Ivan, C., & Balag, R. (2015). An Initial Approach for a NFC M-Ticketing Urban Transport System. *Journal of Computer and Communications*, 03(06), 42–64.
<https://doi.org/10.4236/jcc.2015.36006>
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga.
- Kaium, M. A., Bao, Y., Alam, M. Z., & Hoque, M. R. (2020). Understanding continuance usage intention of mHealth in a developing country: An empirical investigation. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 14(2), 251–272. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-06-2019-0041>
- Khodijah, S., Saino, D., Pendidikan, P., Niaga, T., Ekonomi, J. P., & Ekonomi, F. (n.d.). *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA KAPAL RORO GILI IYANG RUTE BAWEAN-PACIRAN*.
- Kigongo, N. J. (2011). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Behavioural Intention to Use and Actual System Usage in Centenary Bank*.
- Kotler. (2001). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Edisi kedua belas). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran* (Jilid 1 dan 2). PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Laksana. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Nasrullah. (2023). *Anak Perusahaan PT MRT Jakarta (Perseroda)*.
<https://jakartamrt.co.id/id/info-terkini/anak-perusahaan-pt-mrt-jakarta-perseroda>
- Paul R. Krugman, & Maurice Obstfeld. (2004). *Teori dan Kebijakan*. Indeks.
- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezaei, Z. (2012). Factors Influencing on Customers' E-Satisfaction: A case Study from Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(9), 1496–1511.
- Rifdha Warhamni. (2019). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa STIE Nobel Indonesia)*.
- Sabrina Haunan, & Hilabi. (2015). *Hubungan Penggunaan Informasi Website www.traveloka.com dengan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Saputra, A. W. (2021). *EVALUASI INTEGRASI MODA KERETA API RINGAN (LRT) DENGAN TRANSMUSI DAN DAMRI DI KOTA PALEMBANG*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. , L. (2018). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Taufiqurrahman. (2016). *Optimization Of Waste Management Based On The*

Generation And Characteristics Of Waste In Poor Districts Pujon.

- Tia Astuti, S. A. (2019). *Mengenal Jak Lingko, Moda Transportasi Terintegrasi di Jakarta* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Mengenal Jak Lingko, Moda Transportasi Terintegrasi di Jakarta.” Kompas.Com.
<https://megapolitan.kompas.com/read/2019/12/03/18545051/mengenal-jak-lingko-moda-transportasi-terintegrasi-di-jakarta>
- Zikmund, W. G., & Babin, B. J. (2011). *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Salemba Empat.