

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan analisa dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan aplikasi Gojek (Sig. 0,014).
2. Variabel harga memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan aplikasi Gojek (Sig. 0,016).
3. Variabel promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan aplikasi Gojek (Sig. 0,003).
4. Variabel tempat/distribusi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan aplikasi Gojek (Sig. 0,004).
5. Variabel produk, harga, promosi, dan tempat secara simultan (bersama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan aplikasi Gojek (Sig. 0,000).

### **B. Saran**

- a. Untuk mengetahui perbandingan hasil yang diperoleh, maka untuk penelitian berikutnya dapat menambahkan jumlah sampel responden dan penggunaan metode analisis yang lain.
- b. Bagi regulator (Pemerintah) kehadiran Gojek merupakan suatu peluang emas dalam membantu pelayanan transportasi masyarakat. Sebaiknya dibuat suatu regulasi tentang dimana posisi – posisi yang strategis bagi *driver* Gojek saat sedang menunggu *order* pelanggan dengan membuat halte khusus *driver* Gojek agar lebih tertata dengan rapih dan tidak menimbulkan masalah baru bagi kemacetan lalu lintas kota.
- c. Bagi aplikator (Gojek) sebaiknya memperluas jangkauan layanan ojek/taksi *online* bahkan sampai ke pedesaan sekalipun yang belum terjamah oleh layanan transportasi publik agar masyarakat di pedesaan pun dapat merasakan manfaat penggunaan layanan transportasi *online*.