

**ANALISIS PENGARUH TARIF TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE GO-JEK**

**SELLY GALIH OKTAVIA
8223136620**



**Karya Ilmiah ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

***ANALYSIS THE IMPACT OF FARE ON BUYING DECISION
SERVICE ONLINE TAXIBIKE GO-JEK***

**SELLY GALIH OKTAVIA
8223136620**



***This Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirements Associate
Expert Getting By Faculty of Economics, State University of Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016***

ABSTRAK

SELLY GALIH OKTAVIA. 2015. 8223128297. Pengaruh Tarif Terhadap Keputusan Penggunaan Ojek Online Go-Jek). Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa ojek *online* Go-Jek. Metode yang digunakan pada saat pengumpulan data adalah menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kolerasi, data yang sudah dikumpulkan diolah dan kemudian hasil olahan tabulasi dipaparkan. Dari hasil penelitian mendapatkan hasil 0,72, hal ini membuktikan bahwa hubungan atau kolerasi antara variabel tarif dan variabel keputusan pembelian adalah sangat kuat, signifikan, dan searah.

Kata Kunci: Tarif, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

SELLY GALIH OKTAVIA. 2016. 8223136620. *The Impact of Fare Toward Buying Decision of Online Taxibike Service Go-jek.* (Marketing Diploma Study Program. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This paper aims to determine if the price has a significant effect on buying decision. The methods which were used within the data collection are literature review, observation, and questionnaire. The technique of data analysis is descriptive analysis, the data that has been collected be processed and then processed tabulation presented. From the research, get 0,72. It provesthat the relationship or correlation between the fare and buying decision are very strong, significant, and direction.

Keywords: Fare, Buying Decision.

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus.
NIP.19671207 199203 1 001

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Dra. Umi Mardiyati, M.Si.
NIP.19570221 198503 2 002



5 Agustus 2016

Penguji Ahli

Agung Kresnamurti R. P. ST. MM
NIP. 197404162006041001



5 Agustus 2016

Dosen Pembimbing

M. Edo S. Siregar, SE, MBA
NIP. 19720125 200212 1 002



4 Agustus 2016

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

M. Edo S. Siregar, SE, M.BA

NIP. 19720125 200212 1 002



20 Juli 2016

Jakarta, 20 Juli 2016

Ketua Program Studi

DIII Manajemen Pemasaran



Dra. Umi Mardiyati, M.Si

NIP. 195702211985032002

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang merupakan syarat kelulusan di Program Studi Diploma III, Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. M. Edo S. Siregar, SE., MBA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran-saran kepada penulis.
2. Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Kedua orang tua saya, serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
5. Seluruh dosen yang telah memberikan saya ilmu selama berkuliah di Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

6. Teman-teman satu bimbingan yang telah membantu dalam proses pembuatan Karya Ilmiah ini, Barrunita, Nindi, Esti, Danang, Ihsan. Serta teman-teman lainnya, Desra, Sindy, Nadia, Bayu, Rhezario, Robi, Adji, Evi, Anisa, Azizah yang telah memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
7. Seluruh kerabat dan teman-teman Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta yang ikut dalam penyusunan laporan Karya Ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, oleh karena itu Penulis juga mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu Karya Ilmiah ini.

Jakarta, Juli 2016

Penulis