



**PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH APLIKASI OJEK
ONLINE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program s-1

Bidang ilmu manajemen fakultas ekonomi

Universitas Widya Kartika

Oleh

Agrilia

111.21.037

PEMBIMBING

Dr.Erna Ferrinadewi, S.E., M.M

Erwin Rediono Tan M.B.A

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA SURABAYA

TAHUN AJARAN

2024/2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang maha Esa saya panjatkan karena dapat berkesempatan dalam menulis proposal ini. Dengan adanya waktu dan kesempatan sehingga saya bisa mengambil dan menulis proposal ini dengan berjudul : Preferensi Konsumen Dalam Memilih Aplikasi Ojek Online di Surabaya” proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi tugas dan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Penulisan ini meskipun masih jauh dari kesempurnaan namun, dengan adanya usaha waktu fisik dan pikiran yang telah ikut berjuang dalam menulis proposal ini. Dalam kesempatan ini juga dengan senang hati proposal penelitian bisa dikoreksi dan baik dan kurangnya sehingga menjadi pembelajaran selanjutnya. Maka dari itu saya berterima kasih dengan sedalam-dalamnya, bagi para dosen pembimbing yang telah membimbing dalam penulisan proposal ini. Telah banyak memberikan arahan dan waktunya. Semoga dengan kedepan proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, November 2024

Penulis

Agrilia
Nrp 11121037

ABSTRAK

Di era berkembangnya teknologi sekarang ini semua bisa di akses dengan mudah dengan teknologi. masyarakat Indonesia bisa mengakses atau menggunakan aplikasi yang dapat membantu seperti aplikasi ojek online yang sekarang ini banyak digunakan oleh semua kalangan. Baik dari anak usia 10 tahun hingga dewasa dan orang tua. Dalam menggunakan aplikasi ojek online ini banyak preferensi konsumen yang bisa didapatkan dalam penggunaan aplikasi grab dan gojek ini. Dalam pekerjaan dan pendidikan mereka. Dalam menggunakan aplikasi ojek online ini merupakan suatu kebutuhan utama dan juga dapat membantu para konsumen untuk mengakses ojek yang akan digunakan. Bukan hanya mengakses motor tapi juga dapat mengakses fitur yang di diaplikasi tersebut. Dari penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mendapatkan 6 narasumber yang menggunakan kedua aplikasi tersebut.

Kata kunci : Preferensi konsumen, perilaku konsumen, grab dan gojek

ABSTRACT

In this era of developing technology, everything can be accessed easily with technology. Indonesian people can access or use applications that can help such as online motorcycle taxi applications which are now widely used by all groups. Both from children aged 10 years to adults and parents. In using this online motorcycle taxi application, there are many consumer preferences that can be obtained in using this grab and gojek application. In their work and education. In using this online motorcycle taxi application is a primary need and can also help consumers to access the motorcycle taxi to be used. Not only accessing the motorcycle but also being able to access the features in the application. From this research using qualitative methods that get 6 sources who use both applications.

Keywords: Consumer preferences, consumer behavior, grab and gojek

UWIK

DAFTAR ISI

Kata pengantar	i
Daftar isi	ii
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	8
1.5 Ruang lingkup.....	8
Bab 2 Tinjauan Pustaka	9
2.1 Penelitian terdahulu.....	9
2.2 Landasan teori.....	11
2.2.1 Perilaku konsumen.....	10
2.2.2 Sikap perilaku konsumen	14
2.2.3 Preferensi konsumen	15
2.2.4 Pentingnya perilaku konsumen	16
2.2.5 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	16
2.2.6 Keputusan pembelian.....	19
2.2.7 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	21
2.2.8 Konsep pemasaran online.....	25
2.2.9 Pengertian jasa.....	26
2.2.1.0 Perilaku konsumen dan konsep pemasaran	28
2.2.1.1 Pengertian harga	29
2.2.1.2 Kualitas pelayanan	30
2.2.1.3 Prinsip kualitas pelayanan	31
2.2.1.4 Kepuasan pelanggan.....	32
2.2.1.5 Review konsumen.....	32
2.2.1.6 Pengertian aplikasi	33

Bab 3 Metode penelitian.....	34
3.1 Jenis penelitian	34
3.2 Teknik pengumpulan data.....	36
3.3 Teknik Analisa data	38
Bab 4 Hasil dan pembahasan	41
4.1 Gambaran umum aplikasi ojek online	41
4.1.1 Gambaran umum aplikasi grab	41
4.1.2 Gambaran umum aplikasi gojek	42
4.2 Hasil penelitian	43
4.2.1 Hasil observasi	43
4.2.2 Costumer journey	43
4.2.3 Grab	45
4.2.4 Gojek	46
4.3 Profile responden.....	47
4.4 Paparan hasil wawancara	47
4.4.1 Gambaran pengguna dan pengunduh aplikasi grab dan gojek	48
4.4.2 Informasi mengenai frekuensi menggunakan aplikasi.....	48
4.4.3 Tentang aplikasi yang sering digunakan	49
4.4.4 Informasi aplikasi yang jarang digunakan	50
4.4.5 Pendapat mengenai aplikasi grab dan gojek.....	51
4.4.6 Pandangan terhadap aplikasi grab dan gojek	52
5.1 Reduksi data	53
5.5.1 Tanggapan narasumber terhadap aplikasi grab dan gojek	53
5.5.2 Preferensi narasumber terhadap aplikasi grab dan gojek.....	54
5.5.3 Pilihan konsumen dalam menggunakan gojek	54
5.5.4 Informasi konsumen terhadap kedua aplikasi tersebut	55
5.5.5 Tanggapan dan masukan mereka terhadap kedua aplikasi	56
5.5.6 Kategori data setelah reduksi dan memilih	56
6.1 Pembahasan hasil penelitian	57
6.6.1 preferensi core benefit	57

6.6.2 Preferensi frekuensi penggunaan aplikasi ojek onlin..	58
6.6.3 Preferensi layanan dan harga	58
6.6.4 Preferensi potensial produk	59
Bab 5 Kesimpulan dan saran	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	60

