

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Gojek di Kota Padang.
2. Harga berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing pada Gojek di Kota Padang.
3. *Digital Marketing* berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing pada Gojek di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi penelitian dan pedoman serta masukan bagi para jasa transportasi *online* di Kota Padang. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa keunggulan bersaing Gojek di Kota Padang tergolong kedalam kategori sedang atau belum dapat dikatakan tinggi. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada Gojek di Kota Padang dimasa yang akan datang.

Upaya peningkatan keunggulan bersaing pada Gojek di Kota Padang sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan atau memperbaiki implementasi (penerapan) digital marketing dan penetapan harga karena kedua variabel tersebut telah terbukti secara empiris memiliki pengaruh

yang positif terhadap keunggulan bersaing pada Gojek di kota padang.

Cara memperbaiki implementasi digital marketing sebagaimana yang dimaksudkan diatas adalah dengan meningkatkan item-item pernyataan digital marketing yang masih memiliki skor rata-rata atau TCR yang masih rendah. Misalnya : 1) pihak Gojek sebaiknya mengirimkan email kepada pelanggan atau konsumen tentang penawaran informasi jasa Gojek. 2) pihak Gojek sebaiknya lebih meningkatkan pemberdayaan media sosial seperti *facebook* sebagai wadah dalam aktivitas promosi.

Sementara untuk memperbaiki penetapan harga, sebaiknya pihak Gojek juga memperhatikan item-item pernyataan pada variabel harga yang masih memiliki skor rata-rata atau TCR yang masih, misalnya : 1) pihak Gojek sebaiknya memperhatikan kesesuaian layanan yang diberikan dengan harga yang ditetapkan. 2) pihak Gojek dalam penetapan harga hendaknya memperhatikan harga pesaing seperti harga pada maxim, grab, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Andriasan, Sudarso. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan. Yogyakarta: Deepublish.
- Best, R. J. (2000). *Market Base Management: Strategic for Growing Customer Value and Profit*. New Jersey: Prentice Hall.
- Chan, Lismen L. M., Shaffer, Margaret A., & Snape, Ed. (2004). In search of sustained competitive advantage: the impact of organizational culture, competitive strategy and human resource management practices on firm performance. *The International Journal of Human Resource Management*, 15(1), 17–35.
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. (2017). Keunggulan bersaing melalui orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol 3 No.1 2017. ISSN. 2407-2648 (print), ISSN : 2407-263X (online).
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Pt. Sarana Tutorial
- Devinta, Kris Amalia Putri (2018) *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 1 No. 8
- Dirgantoro Crown (2010) *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, Dan Implementasi* Jakarta : Grasindo.
- Ghozali, I. (2018) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Gunara, T., & Sudibyo, U. H. (2006). Marketing Muhammad: Strategi Bisnis nabi Muhammad dalam Memenangkan Persaingan Pasar. Bandung: *Takbir Publishing House*.
- Hardani *et al.*,. (2020), *metode penelitian kualitatif & kuantitatif*, CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hardani., Andrian, Helmina., Ustiawaty, Jumari., Utami, Evi F., Istiqomah, Ria R., Fardani, Roushandy A., Sukamana, Dhika J., Auliya, Hikmatul N.

- (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Harwani, Y (2017). Memahami peran ekuitas merek sebagai keunggulan bersaing terhadap pengambilan keputusan dalam pemilihan perguruan tinggi. Jurnal manajemen, Vol XXI, no 03
- Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Firdianjah, A., & Waris, A. (2019, September). Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 3, pp. 1652-1660). Https://Doi.Org/10.1177/1094670500240_01
- Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Firdianjah, A., & Waris, A. (2019, September). Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 3, pp. 1652-1660). Https://Doi.Org/10.1177/1094670500240_01
- Hudha, N., Rahadhini, M. D., & Sarwono, A. E. (2022). Keunggulan Bersaing Sebagai Mediator Antara Digital Marketing dan Kinerja Pemasaran (Survei Pada UKM Tenun Lurik di Desa Mlese, Cawas, Klaten). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(1), 70-80.
- Kotler P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip and Kevin Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jilid Pertama dan Kedua. PT. Indeks : Jakarta.
- Kotler, P. And K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th Ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., dan G. Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedua belas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Lupiyoadi 2013. (2013). *Manajemen Pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Nilasari Senja (2014) *Manajemen Strategi Itu Gampang* - Jakarta: Dunia Cerdas

Porter, Michael, 1993, *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Erlangga

Porter, Michael, E., 1990. "Comvetitif Strategy". The Free Press, New York. p.20

Prabowo, W. A. 2018. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101>

Prakosa,B. 2005. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur di Semarang)*, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol.2, No.1. <http://core.kmi.open.ac.uk/download/pdf/11715143.pdf>. Diakses 14 Mei 2014. Hal.35-57.

Putri, D. K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Dampaknya Terhadap Minat Mereferensikan Nasabah Bank Ocbc Nisp Cabang Cik Di Tiro YOGYAKARTA. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 186-197.

Rangkuti, Freddy. 2009. Measuring Costumer Satisfaction. Jakarta: Gramedia

Ratnasari R. T. dan M. Aksa. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan 1. Ghalia Indonesia. Bogor.

Rizqi Anugrah , R. Deni Muhammad Danial , Faizal Mulia Z (2020) Jimek : *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi ISSN (Online) 2621-2374 Volume 3 Nomor 1 Tahun 202*

Saiman,L. 2014. *Kewirausahaan (Teori, Praktik, dan Kasus-kasus)*, edisi kedua. Salemba Empat, Jakarta.

Saputra, G.W. dan Ardani, I.G.A.K.S (2020) Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *E-jurnal manajemen*, vol. 9, no 7

Satyagraha, Hadi. (1994). "Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT". Usahawan. No.4,Th.XXIII.

Sayyida, S., Hermanto, B., & Sugianto, E. (2015). Pentingnya Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Perpustakaan Daerah Kabupaten Sumenep. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 5(2), 67-79.

Sefnedi, Akmal, dan Sesmita Nelva (2020). The Mediating Effect of Patient

Satisfaction on The Relationship between Service Quality, Hospital Image, Trust and Patient Loyalty: *Evidence from Indonesia. International Journal of Research Science & Management*. Vol 7 issue 2. pp 40-49

Sinurat, E. S., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobil suzuki ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: CV AFABETA.

Sukarmen, P. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara (Persero). Tesis. Universitas Jember

Swasta, & Basu. (2010). *Manajemen Penjualan. Pelaksanaan Penjualan BPFE*, Yogyakarta

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia

Wijaya, T. (2018). Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual,QFD dan Kano). In Indeks: Vol. Edisi 2.

Wijaya, T. (2018). Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual,QFD dan Kano). In Indeks: Vol. Edisi 2

Wilar, O. W., Worang, F. G., & Soepeno, D. (2017). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keungulan Bersaing Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Manado. *EMBA* 2, 5(3).