

BAB IV

KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara masing-masing variabel *marketing mix* dan *brand image* dengan keputusan pembelian konsumen inDrive. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Bandung yang berjumlah 110 responden dengan sampel yang diambil sebanyak 97 responden. Berdasarkan data yang telah diambil dari beberapa pengujian dan analisa dapat disimpulkan bahwa :

4. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara *marketing mix* (X1) dengan keputusan pembelian (Y) bagi konsumen inDrive karena banyak faktor dari elemen *marketing mix* yang mendukung kekuatan hubungan ini, salah satunya adalah elemen produk yang memiliki skor paling tinggi.
5. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara *brand image* (X2) dengan keputusan pembelian (Y) bagi konsumen inDrive namun hubungan tersebut tidak sekuat hubungan variabel sebelumnya karena terdapat beberapa pernyataan mengenai keunikan yang kurang disetujui oleh responden sehingga akumulasi skor tidak sebesar *marketing mix*.

4.2. Rekomendasi

Adapun hasil dari analisa penelitian ini menunjukkan beberapa kekurangan yang terjadi dalam *marketing mix*, *brand image*, serta keputusan pembelian sehingga mampu memberikan rekomendasi terhadap inDrive sebagai berikut :

- a. Dalam segi *promotion*, inDrive harus lebih memberikan konten yang menarik dan bervariasi sehingga mampu menarik konsumen baik yang sudah pernah menggunakan aplikasi maupun yang belum pernah. Selain itu inDrive juga harus memiliki jenis media promosi yang lebih beragam agar dapat menjangkau seluruh kalangan masyarakat.
- b. Dalam segi keunikan, inDrive mampu menciptakan sesuatu yang mencolok seperti jaket yang dikenakan oleh para mitra. InDrive dapat membuat jaket dengan ciri khas sehingga dapat membedakan dengan kompetitor. Selain itu juga inDrive harus lebih sering melakukan promosi dengan tujuan untuk menampilkan logo sehingga masyarakat dapat lebih mengenal bentuk logo yang dimiliki.

Rekomendasi yang disampaikan oleh peneliti ini diharapkan mampu memperbaiki elemen-elemen yang masih belum sempurna baik dari segi bauran pemasaran maupun citra merek. Beberapa rekomendasi yang disampaikan pun masih dalam seputar promosi sehingga jika ingin menambah *insight* dari calon konsumen baru maupun meningkatkan loyalitas konsumen lama, maka ada baiknya inDrive lebih meningkatkan strategi promosi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul, Y. (2023, Maret 17). *Teknik Pengambilan Sampel Penelitian: Macam & Penjelasan*. Retrieved from Deepublish Store: https://deepublishstore.com/blog/teknik-pengambilan-sampel/#Macam_Teknik_Pengambilan_Sampel
- Astutik, Y. (2020, Maret 17). *21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi Online*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200317150135-37-145529/217-juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>
- Chandra, F. (2021, Januari 17). *Keunggulan Aplikasi In Driver 2021*. Retrieved from Digstraksi: <https://digstraksi.com/keunggulan-aplikasi-in-driver-2021/3/>
- Deepublish Store. (2023, Maret 10). *Teknik Pengumpulan Data, Pengertian dan Jenis*. Retrieved from Deepublish Store: https://deepublishstore.com/blog/teknik-pengumpulan-data/#Pengertian_Teknik_Pengumpulan_Data
- Dr. Meiryani, S. A. (2021, Agustus 6). *MEMAHAMI UJI ASUMSI KLASIK DALAM PENELITIAN ILMIAH*. Retrieved from Binus University: [https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-asumsi-klasik-dalam-penelitian-ilmiah/#:~:text=Uji%20asumsi%20klasik%20adalah%20persyaratan,ordinary%20least%20square%20\(OLS\).](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-asumsi-klasik-dalam-penelitian-ilmiah/#:~:text=Uji%20asumsi%20klasik%20adalah%20persyaratan,ordinary%20least%20square%20(OLS).)
- Fadilah, L. (2017). Pengaruh Marketing Mix, Brand Image, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah.
- Hermawan, F. T. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Motor Honda di Komplek Graha Indah Bekasi). *Naskah Publikasi Bahasa Indonesia*, 3.
- Janna, N. M. (2018). KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS. *Artikel Statistik Yang Benar*, 2-7.
- Karja, T. (2019, November 7). *Mengenal inDriver Pesaing Baru Gojek & Grab*. Retrieved from kumparan.com: <https://kumparan.com/karjaid/mengenal-indriver-pesaing-baru-gojek-and-grab-1sCtgTXz3Nn/full>
- Muhid, H. K. (2022, Juli 3). *5 Pemain Baru Ojek dan Taksi Online di Dunia Transportasi Online*. Retrieved from Tempo: <https://bisnis.tempo.co/read/1608235/5-pemain-baru-ojek-dan-taksi-online-di-dunia-transportasi-online>

- Penerbit Buku Depublish – Kerangka Teori. (2022, April 21). *Pengertian Kerangka Teori, Fungsi dan Syarat-syarat Membuat*. Retrieved from Sampoerna University: <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/kerangka-teori/>
- Salmaa. (2022, April 18). *Variabel Bebas dan Terikat Pengertian, Perbedaan, Hubungan, dan Contoh Lengkap*. Retrieved from Penerbit Deepublish: <https://penerbitdeepublish.com/variabel-bebas-dan-terikat/>
- Satriawan, N. (n.d.). *Pengertian Metode Penelitian dan Jenis-jenis Metode Penelitian*. Retrieved from Ranah Research: <https://ranahresearch.com/metode-penelitian-dan-jenis-metode-penelitian/>
- Sitorus, R. A. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Indriver. 4-5.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan)*.
- Suryana. (2010). *METODOLOGI PENELITIAN : Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung.
- Tim IndoTelko. (2021, Oktober 15). *inDriver resmi hadir di Jakarta dan sekitarnya*. Retrieved from [indotelko.com: https://www.indotelko.com/read/1634269833/indriver-jakarta](https://www.indotelko.com/read/1634269833/indriver-jakarta)
- Wibisono, A. (2019, Maret 6). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Retrieved from Kementrian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html#:~:text=Metode%20kualitatif%20merupakan%20metode%20yang,suatu%20fenomena%20yang%20lebih%20komprehensif>.