

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
KATA PENGANTAR	III
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR TABEL	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Persoalan Penelitian	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Teoritis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	6
1.6 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Diversifikasi	7
2.1.2 Daya Tarik	9

2.1.3 Diskon	10
2.2 GOJEK	12
2.2.1 Sekilas Tentang GOJEK	12
2.2.2 Layanan-Layanan GOJEK	12
2.2.3 Diskon-Diskon GOJEK	14
2.3 Penelitian Terdahulu	15
2.4 Bagan Alur Berpikir	18
2.5 Kerangka Konseptual	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.2.1 Populasi	20
3.2.2 Sampel	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Teknik Analisis	23
3.5 Variabel dan Pengukuran	24
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	26
4.2 Statistik Deskriptif	26
4.2.1 Karakteristik Responden	26
4.2.2 Usia	27
4.2.3 Jenis Kelamin	27

4.2.4 Pendidikan Tertinggi	28
4.2.5 Status Pekerjaan	28
4.2.6 Status Penggunaan GOJEK	29
4.2.7 Lama Penggunaan GOJEK	29
4.2.8 Daerah Domisili di Jakarta	30
4.2.9 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Aplikasi GOJEK	30
4.2.10 Tanggapan Responden Terhadap Diskon Yang Ditawarkan Aplikasi GOJEK	31
4.2.11 Tanggapan Responden Terhadap Diversifikasi Aplikasi GOJEK	33
4.2.12 Deskriptif Statistik	34
4.2.12.1 Indikator dalam Daya Tarik Aplikasi GOJEK	35
4.2.12.2 Indikator dalam Diskon Aplikasi GOJEK	36
4.2.12.3 Indikator Dalam Diversifikasi Aplikasi GOJEK	37
4.3 Uji Asumsi Klasik	38
4.3.1 Uji Multikolinieritas	38
4.3.2 Uji Normalitas	39
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	40
4.4 Uji Korelasi	41
4.5 Uji Pengaruh Secara Simultan	42
4.6 Uji Koefisien Determinasi	43
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	43
4.7.1 Pengaruh Diskon-Diskon Yang Ditawarkan GOJEK Terhadap Daya Tarik Yang Dirasakan Konsumen Terhadap Aplikasi GOJEK	44
4.7.2 Pengaruh Diversifikasi Layanan GOJEK Terhadap Daya Tarik Yang Dirasakan Konsumen Terhadap Aplikasi GOJEK	44

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Implikasi Penelitian	46
5.2.1 Implikasi Teoritis	46
5.2.2 Implikasi Praktis	47
5.2.2.1 Implikasi Praktis Untuk GOJEK	47
5.2.2.2 Implikasi Praktis Untuk Entrepreneur	47
5.3 Keterbatasan	48
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN 1 KUESIONER	56
LAMPIRAN II HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER	60
LAMPIRAN III STUDI BERKELANJUTAN	66

