

## SNAP\_2021\_FULL PAPER\_22

### PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN ULANG ALAT TRANSPORTASI DARING DI JAKARTA

**Muhammad Naufal<sup>1</sup>**  
mnaunofal@gmail.com

**Umbas Krisnanto<sup>2</sup>**  
umbas@perbanas.id

Perbanas Institute

**ABSTRAK** : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan ulang. Sampel yang digunakan adalah pengguna transportasi daring di Jakarta dengan jumlah 130 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ulang sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap variabel penggunaan ulang. Hasil penelitian juga menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,487 yang menunjukkan bahwa harga, promosi dan gaya hidup berpengaruh sebesar 48,7%

terhadap penggunaan ulang alat transportasi daring dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

**Kata kunci:** Harga, Promosi, Gaya Hidup, Penggunaan Ulang, dan Transportasi Daring.

#### 1. PENDAHULUAN

Negara berkembang harus giat melakukan pembangunan dari segala aspek seperti ekonomi, sosial & budaya, politik, hukum dan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan infrastruktur yang pesat dalam beberapa tahun terakhir di seluruh kota Indonesia dinilai turut meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

DKI Jakarta merupakan ibukota negara sekaligus menjadi kota pusat perekonomian di Indonesia. DKI Jakarta sebagai kota pusat perekonomian menjadikannya daya tarik bagi penduduk diluar DKI Jakarta untuk tinggal dan mencari pekerjaan di DKI Jakarta. Hal ini menjadikan DKI Jakarta sebagai salah satu kota terpadat di Indonesia.

Tingginya aktivitas sosial-ekonomi di DKI Jakarta berdampak terhadap wilayah di sekitarnya seperti Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Bodetabek). Hal ini menyebabkan tingginya arus mobilitas penduduk di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Tingginya arus mobilitas penduduk di wilayah Jabodetabek harus didukung oleh infrastruktur dan sistem transportasi yang baik.

Transportasi merupakan suatu kegiatan yang menggunakan alat atau kendaraan untuk memindahkan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Transportasi umumnya dibagi menjadi tiga jenis yaitu transportasi darat, transportasi laut dan transportasi udara. Pada jenis transportasi darat kita bisa menemukan kendaraan seperti mobil atau motor yang biasa digunakan sebagai kendaraan pribadi sedangkan bus atau taksi yang biasa

digunakan sebagai kendaraan angkutan umum.

Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak terhadap perkembangan transportasi yaitu dengan hadirnya transportasi berbasis aplikasi daring. Kemudahan mengakses serta harga yang terjangkau membuat transportasi berbasis aplikasi daring ini digemari oleh warga DKI Jakarta. Perusahaan yang menawarkan transportasi daring ini diantaranya adalah gojek dan grab. Namun kehadiran perusahaan tersebut khususnya di bidang layanan ojek online dan mobil sewaan online dengan supir masih menjadi polemik karena belum memiliki kepastian hukum yang berlaku.

Saat ini warga DKI Jakarta memiliki banyak pilihan dalam menggunakan sarana transportasi seperti menggunakan transjakarta, taksi, angkot, transportasi daring dan alat transportasi lainnya. Persaingan bisnis menjadi hal yang tidak bisa di hindarkan. Perusahaan harus mempunyai cara untuk memenangkan persaingan bisnis, contohnya bisa dengan memperhatikan beberapa faktor seperti harga jasa/tarif, promosi, gaya hidup calon konsumen, penggunaan ulang dan faktor lainnya.

## 2. TELAAH LITERATUR

### 2.1. Harga

Menurut Tjiptono (2017) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga juga dapat dinyatakan dalam berbagai istilah seperti tarif, premium, upah dan sebagainya. Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dalam share pasar perusahaan, di samping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan (Assauri, 2018).

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Lubis, 2015) ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) Daya saing harga, (4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

### 2.2. Promosi

Menurut Tjiptono (2017) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk

perusahaan. Menurut Griffin dan Elbert (dalam Wibowo dan Silitonga, 2020) tujuan promosi adalah meningkatkan penjualan, sedangkan tujuan spesifiknya yaitu (1) Memberikan informasi, (2) Posisi produk, (3) Nilai tambah, (4) Mengontrol volume penjualan.

Perusahaan harus menentukan strategi promosi yang tepat dalam melakukan kegiatan promosinya salah satunya dapat menggunakan bauran promosi. Menurut Assauri (2018) kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan menggunakan acuan/bauran promosi yang terdiri dari (1) *Advertensi*, (2) *Personal selling*, (3) *Sales promotion*, (4) *Publicity*.

### 2.3. Gaya Hidup

Menurut Sumarwan dan Tjiptono (2018) gaya hidup yaitu cara seseorang menjalani hidup, termasuk di dalamnya produk yang dibelinya, cara individu bersangkutan menggunakan produk, apa yang ia pikirkan tentang dirinya dan bagaimana perasaannya terhadap dirinya sendiri. Menurut Peter dan Olson (dalam Pamungkas dan Guridno, 2019) gaya hidup memiliki tiga indikator yaitu (1) Kegiatan, (2) Ketertarikan, (3) Opini.

### 2.4. Penggunaan ulang

Istilah pembelian ulang biasa digunakan dalam pemasaran produk, sedangkan dalam pemasaran jasa biasa disebut dengan penggunaan ulang. Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Nugrahanto dkk., 2015) pembelian ulang adalah jika suatu produk dibeli ternyata memuaskan atau lebih memuaskan dari merek sebelumnya, maka konsumen berkeinginan untuk membeli ulang atau pembelian ulang menunjukkan pembelian yang terjadi setelah konsumen mempunyai pengalaman dengan produk maupun perusahaan.

Adapun indikator pembelian ulang yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan dari referensi Briliana (2017) yaitu (1) Ingin terus membeli, (2) Kemungkinan besar akan terus membeli, (3) Berniat untuk terus membeli.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan ulang alat transportasi daring. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan transportasi daring di wilayah Jakarta yang mempunyai penggunaan ulang atau pembelian kembali. Teknik pengambilan sampel dilakukan

dengan menggunakan metode sampling insidental yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penyebaran kuesioner dari sosial media. Kuesioner yang digunakan adalah tipe pilihan untuk memudahkan bagi responden dalam memberikan jawaban, karena alternatif jawaban sudah disediakan dan hanya membutuhkan waktu yang lebih singkat untuk menjawabnya. Untuk mengukur hasil tanggapan responden, maka digunakan skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan.

Uji Analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2017) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan

bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasinya (ditarik-turunkannya). Adapun bentuk persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien Regresi

X1 = Variabel Independen

X2 = Variabel Independen

X3 = Variabel Independen

Untuk membuktikan hipotesis penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terkait. Maka digunakan uji koefisien determinasi, uji t dan uji f.

Koefisien determinasi dilakukan pengujian yang bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variabel dependen.

Menurut Ghozali (2018) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan

untuk hipotesis yang diajukan dengan menggunakan t hitung adalah:

- 1) Jika t hitung < t tabel atau jika nilai sig > 0,05 maka H0 diterima
- 2) Jika t hitung > t tabel atau jika nilai sig < 0,05 maka H1 diterima

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yaitu harga (X1), promosi (X2), dan gaya hidup (X3) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS adalah :

- 1) Jika nilai signifikansi > 0.05, maka H0 diterima dan Ha ditolak, atau variabel bebas dari model regresi linier tidak mampu menjelaskan variabel terkait.
- 2) Jika nilai signifikansi < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, atau variabel bebas dari model regresi liner mampu menjelaskan variabel terikat.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh terdiri dari 130 orang responden mengenai pengaruh harga, promosi, dan gaya hidup terhadap

keputusan penggunaan ulang alat transportasi publik di Jakarta.

**Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.71173585
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.045
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 22**

Berdasarkan Tabel 1 diatas diketahui nilai Test Statistic Kolmogorov-Smirnov Test adalah 0,200 dengan nilai signifikansi 0,05. Hal ini berarti 0,200 > 0,05 sehingga data tersebut telah terdistribusi normal.

**Tabel 2. Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

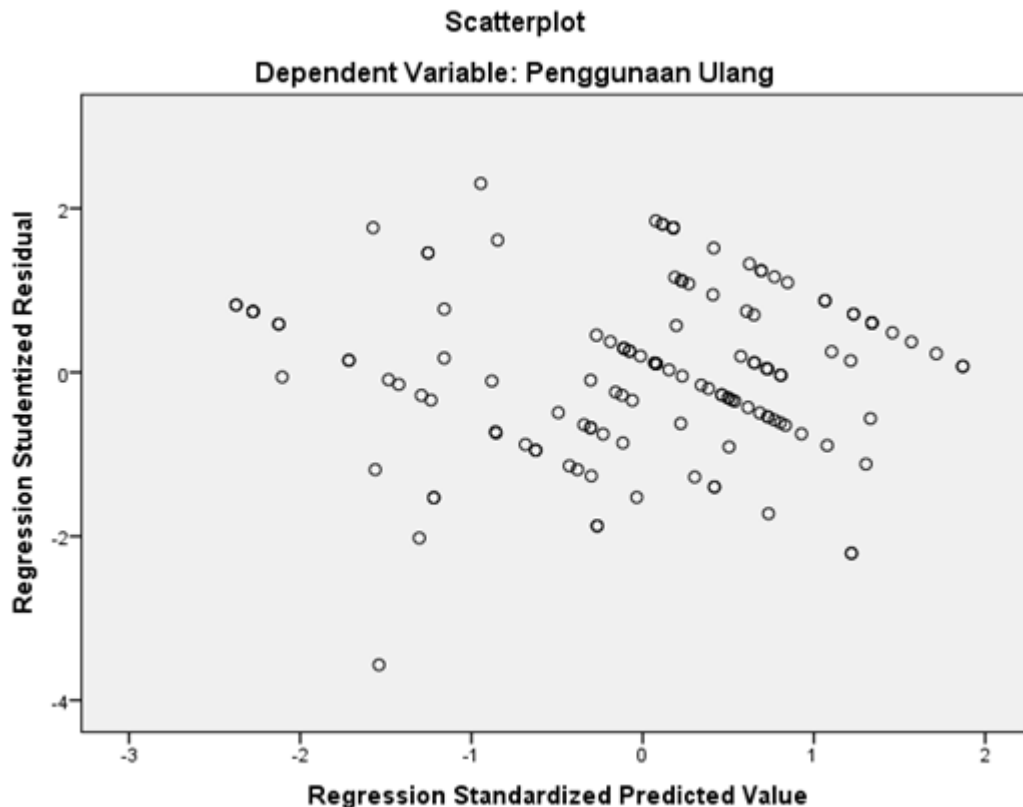
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.706 <sup>a</sup>	.499	.487	1.73199	1.668

- a. Predictors: (Constant), Harga, Promosi, Gaya Hidup
- b. Dependent Variable: Penggunaan Ulang

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 22

Berdasarkan tabel 2 diatas diperoleh nilai durbin watson sebesar 1,668 dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah data (n) = 130 dan jumlah variabel independen (k) = 3, maka di peroleh nilai dL sebesar 1,667 dan niali dU sebesar 1,761. Maka dapat

ditentukan nilai dari  $4-dL = 2,333$  dan  $4-dU = 2,239$ . Maka dapat disimpulkan  $dL < d < dU$  (  $1,667 < 1,668 < 1,761$  ) maka penguji tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.



**Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastistas**

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 22

Berdasarkan gambar 1 diatas pada hasil gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena uji

scatterplot diatas tidak membentuk suatu pola tertentu.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.427	1.505		-.284	.777		
Harga	.190	.074	.189	2.572	.011	.736	1.358
Promosi	.066	.048	.092	1.358	.177	.859	1.164
Gaya Hidup	.460	.055	.577	8.335	.000	.830	1.205

a. Dependent Variable: Penggunaan ulang

**Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 22**

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai VIF variabel harga (X1) sebesar 1,358. Nilai VIF variabel promosi (X2) sebesar 1,164 dan nilai VIF variabel gaya hidup (X3) 1,205 artinya nilai VIF dari ketiga variabel < 10. Nilai tolerance variabel harga (X1) sebesar 0,736. Nilai tolerance variabel promosi (X2) sebesar

0,859 dan nilai tolerance variabel gaya hidup (X3) sebesar 0,830 artinya nilai tolerance > 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini layak untuk digunakan karena tidak terdapat variabel yang mengalami multikolonieritas.

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		



1	(Constant)	-.427	1.505		-.284	.777
	Harga	.190	.074	.189	2.572	.011
	Promosi	.066	.048	.092	1.358	.177
	Gaya Hidup	.460	.055	.577	8.335	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Ulang (Y)

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 22

Berdasarkan output regresi linear pada tabel 4 model analisis regresi linear

berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = -0,427 + 0,190 X_1 + 0,066 X_2 + 0,460 X_3$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Konstanta (a) adalah sebesar – 0,427 menyatakan bahwa jika variabel harga (X1), promosi (X2), dan gaya hidup (X3) dianggap sama dengan nol, maka variabel penggunaan ulang (Y) sebesar – 0,427.
- 2) b1 = 0,190, artinya jika variabel harga meningkat sebesar satu satuan, maka variabel penggunaan

ulang akan naik sebesar 0,190 satuan.

- 3) b2 = 0,066, artinya jika variabel promosi meningkat sebesar satu satuan, maka variabel penggunaan ulang akan naik sebesar 0,066 satuan.
- 4) b3 = 0,460, artinya jika variabel gaya hidup meningkat sebesar satu satuan maka variabel penggunaan ulang akan naik sebesar 0,460 satuan.

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 <sup>a</sup>	.499	.487	1.73199

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Promosi, Harga

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 22

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 5 diatas didapatkan nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi)

sebesar 0,487 yang artinya pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 48,7%.

**Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.427	1.505		-.284	.777
Harga	.190	.074	.189	2.572	.011
Promosi	.066	.048	.092	1.358	.177
Gaya Hidup	.460	.055	.577	8.335	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Ulang (Y)  
Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 22

Berdasarkan dari hasil tabel 6 diatas dapat diartikan uji hipotesis sebagai berikut:

- 1) Hipotesis 1
  - a) H01 : Tidak ada pengaruh antara harga terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.
  - b) Ha1 : Ada pengaruh antara harga terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.

Hasil uji t dari variabel harga terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta menunjukkan besarnya t hitung  $2,572 > t$  tabel  $1,657$  dan menunjukkan nilai signifikan  $0,011 < 0,05$  maka hipotesis Ha1 diterima dan H01 ditolak, artinya ada pengaruh antara harga terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.

- 2) Hipotesis 2

- a) H01 : Tidak ada pengaruh antara promosi terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.
- b) Ha1 : Ada pengaruh antara promosi terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.

Hasil uji t dari variabel promosi terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta menunjukkan besarnya t hitung  $1,358 < t$  tabel  $1,657$  dan menunjukkan nilai signifikan  $0,177 > 0,05$  maka hipotesis H01 diterima dan Ha1 ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara promosi terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.

3) Hipotesis 3

- a) H01 : Tidak ada pengaruh antara gaya hidup terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.
- b) Ha1 : Ada pengaruh antara gaya hidup terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.

Hasil uji t dari variabel gaya hidup terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta menunjukkan besarnya t hitung  $8,335 > t$  tabel  $1,657$  dan menunjukkan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis Ha1 diterima dan H01 ditolak, artinya ada pengaruh antara gaya hidup terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.

**Tabel 7. Hasil Uji F (Anova)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	376.094	3	125.365	41.791	.000 <sup>b</sup>
	Residual	377.975	126	3.000		
	Total	754.069	129			
a. Dependent Variable: PenggunaanUlang						
b. Predictors: (Constant), GayaHidup, Promosi, Harga						

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 22

Berdasarkan hasil uji f pada tabel 7 di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 41,791 menggunakan tingkat keyakinan 95%  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan penyebut ( $n - k$ ) atau  $130 - 3 = 127$  ( $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel bebas) maka di peroleh hasil nilai F tabel sebesar 2,68.

Berdasarkan analisis menggunakan SPSS maka diperoleh nilai F hitung sebesar 41,791 dengan signifikansi sebesar 0,000, maka dapat dijelaskan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, karena memiliki nilai F hitung  $41,791 > F$  tabel 2,68 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya model yang digunakan untuk menjelaskan harga, promosi dan gaya hidup terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta dapat diterima.

## REFERENSI

- Assauri, Sofjan. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Jurnal*

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, sesuai dengan tujuan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta. (2) Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan promosi tidak berpengaruh terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta. (3) Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ulang transportasi daring di Jakarta.

*Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 16(2), 1-11.*

Diperoleh dari:

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/949/893>

- Nugrahanto, N. F. R., Farida, N. & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Yamaha Vixion PT Mataram Sakti Setia Budi). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 4(3), 178-185.* Diperoleh dari:

- <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8876>
- Pamungkas, P. A., & Guridno, E. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pengguna Motor Vespa di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 86-97.  
Diperoleh dari:  
<http://journal.unas.ac.id/oikonamia/article/view/646/526>
- Puspitasari, I., & Briliana, V. (2017). Pengaruh *Perceived Ease-Of-Use*, *Perceived Usefulness*, *Trust* dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus pada Website Zalora Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 19(2), 171-182.  
Diperoleh dari:  
<https://www.neliti.com/id/publications/321678/pengaruh-perceived-easeof-use-perceived-usefulness-trust-dan-perceived-enjoyment>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang., dan Tjiptono, Fandy. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press.  
Diperoleh dari:  
<http://webadmin.ipusnas.id/ipusnas/publications/books/124610>
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wibowo, Agung E, & Frangky Silitonga. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas terhadap *Intention to Use* Jasa Transportasi PT Batam Fast Ferry di Kota Batam. *Jurnal Cafeteria*, 1(2), 23-32.  
Diperoleh dari:  
<https://www.neliti.com/publications/332604/pengaruh-promosi-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-intention-to-use-jasa-transport>