

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari apa yang penulis jabarkan di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa, NUJEK Indonesia didirikan di Surabaya pada tahun 2018 dan masuk ke Provinsi Gorontalo pada bulan November 2018. Produk jasa yang terbilang masih baru dan berkembang di Provinsi Gorontalo. Untuk itu, perusahaan membuat strategi untuk membangun pengetahuan merek Nujek di Gorontalo.

Strategi dalam membangun pengetahuan merek yang digunakan Nujek Gorontalo beda dengan strategi yang menggunakan biaya dengan memasang iklan di televisi dan baliho. Nujek tidak mengeluarkan anggaran untuk membangun pengetahuan mereknya di benak masyarakat. Strategi Nujek Gorontalo yaitu:

1. *Strategi door to door,*
2. *Membuat kegiatan sosial seperti: bagi bagi takjil di bulan Ramadhan, kegiatan pungut sampah dan touring gathering para driver Nujek bersama Bank Sinarmas,*
3. *Para driver Nujek membantu mempromosikan Nujek kepada konsumen.*
4. Nujek juga menggunakan strategi pemasaran jasa 7p, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithamal dan Bitner yang dikutip

dari Hurriyati yaitu: *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process.*

5. Nujek menggunakan media sosial Facebook dan Instagram serta memberikan promo kepada konsumen dan driver.

5.2. Saran.

1. Sebaiknya untuk aplikasi Nujek lebih ditingkatkan lagi kualitasnya agar tidak terjadi eror aplikasi, para driver dapat menyimpan data data hasil pendapatannya dan konsumen tidak kesulitan lagi untuk mendapatkan driver.
2. Untuk promosi, Nujek sebaiknya lebih di perluas bukan hanya di Kota Gorontalo, Kabupaten Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango. Di Provinsi Gorontalo juga terdapat Kabupaten Boalemo, Kabupaten Gorontalo Utara dan Kabupaten Pohuwato. Seharusnya nujek juga bisa memperkenalkan mereknya di 3 kabupaten tersebut agar masyarakat dapat mengingat Nujek sebagai jasa transportasi dengan beragam layanan dan kelebihannya.
3. Untuk setiap promosi seharusnya didokumentasikan agar media sosial Nujek yaitu Instagram tidak hanya memuat gambar gambar yang di ambil dari pusat tetapi, dapat memuat foto atau video Nujek saat promosi kepada masyarakat Gorontalo
4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian lain sehingga dapat memperluas pengetahuan tentang membangun merek.

Daftar Pustaka

Buku.

Akuba, Rusthamrin. 2015. *Presiden Buatan Manusia.* Yogyakarta. CV Budi Utama

Fatihudin, Didin & Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan).* Yogyakarta. CV Budi Utama

Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa.* Bandung. Alfabeta.

Arifin, Hasnul & Admojo, Tri. 2016. *Mendirikan Startup Yang Diburu Angle Investor Dan Big Fund. Edisi Pertama.* Yogyakarta. Media Pressindo.

Ari. Jusuf. Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Pertama.* Yogyakarta. Andi.

Grant, Robert M. 1999. *Analisis Strategi Kontemporer. Edisi Kedua.* Jakarta. Erlangga.

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran.* Jakarta. Erlangga.

Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brands. Edisi Pertama.* Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama

Ries, Eric. 2018. *The Lean Startup. Edisi Pertama.* Yogyakarta. Bentang Pustaka
Soemanagara, Rd. 2016. *Strategic Marketing Communication. Edisi Keempat.* Bandung. Alfabeta.

Soemohadiwidjojo, Arini T. 2018. *SOP Dan KPI Untuk UMKM & Startup. Edisi Pertama.* Jakarta. Penebar Swadaya Grup

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung. Alfabeta

Umar, Husein. 2001. *Strategic Management In Action. Edisi Pertama.* Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama

Atsar, Abdul & Apriani, Rani. 2019. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta. CV Budi Utama

Sumber Lain:

Akun Resmi NUJEK, <https://nujek.id>, diakses pada 10 November 2019, pukul 22.56 Wita

Abdul Hakim Mubarak. 2019. *STRATEGI NUSANTARA OJEK (NUJEK) DALAM BISNIS BERBASIS FINANCIAL TECHNOLOG*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya. Diakses <https://digilib.uinsby.ac.id/34700/> pada 19 Februari 2020 pukul 20:00 Wita

Dama, Apriyani. 2019. *Strategi Pemasaran Pia Saronde Dalam Mengembangkan Produk Ole Ole Lokal*. Skripsi. Universitas Negeri Gorontalo. Diakses pada 19 Februari 2020 pukul 19:00 Wita

Aviliani, Firly. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Ojek Syari*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Diakses http://digilib.uinsby.ac.id/26726/1/Firly%20Aviliani_B76214036.pdf 30 November 2019. Pukul 14:30 Wita

Dianti, Siti. 2018. *Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Angkutan Gojek Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Jakarta*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Diakses <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37797/2/SITI%20DIANTI-FITK.pdf> 20 November 2019. Pukul 19:00 Wita

Sari, Deva, Yourlanda. 2019. *Strategi Pemasaran Ojek Salimah Indonesia Dalam Menarik Pelanggan Di Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Diakses <http://repository.radenintan.ac.id/7012/1/SKRIPSI.pdf> 30 November 2019. Pukul 21:00 Wita

Wahid, Umaimah & Puspita, Anggun: *Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations*. Universitas Budi Luhur. Volume 9, No. 1, Tahun 2017. Diakses

<https://media.neliti.com/media/publications/137625-ID-upaya-peningkatkan-brand-awareness-pt-go.pdf> 15 Oktober 2019. Pukul 21:00 Wita

Zahra, Atika. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online.*

Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses

https://eprints.uny.ac.id/53306/1/AtikaZahra_12808144070.pdf 15 Oktober 2019.

Pukul 20:00 Wita.

Zulkifli. Bagi-bagi takjil gratis, cara NUJEK promosikan kehadirannya. Internet. diakses **Error! Hyperlink reference not valid.** 22 November 2019 pukul 14:58 Wita.