

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

Pada bagian ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan juga saran yang berguna untuk memberikan manfaat bagi perusahaan

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada 96 responden pengguna jasa transportasi ojol Grabbike di Kota Semarang, maka simpulannya, yaitu:

1. Kualitas Pelayanan (X1) diketahui memengaruhi positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pengguna jasa transportasi ojek online Grabbike di kota Semarang. Kemudian, pada variabel kualitas pelayanan termasuk kedalam kategori baik menurut kategorisasi pendapat responden.
2. Harga (X2) diketahui memengaruhi positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna jasa transportasi ojek online Grabbike di kota Semarang. Kemudian, pada variabel harga termasuk kedalam kategori sesuai menurut kategorisasi pendapat responden.
3. *Perceived usefulness* (X3) diketahui memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pengguna jasa transportasi ojek online Grabbike di kota Semarang. Kemudian, pada variabel *perceived usefulness* termasuk kedalam kategori sangat sesuai menurut kategorisasi pendapat responden.
4. Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2) dan *perceived usefulness* (X3) secara bersamaan memengaruhi secara positif signifikan bagi kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna jasa transportasi ojek online Grabbike di kota Semarang. Dalam hal ini, menandakan bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan, harga dan *perceived usefulness* maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi ojek online Grabbike di kota Semarang.

## 4.2 Saran

Berdasar pada uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti mengajukan beberapa saran yang menjadi pertimbangan, yaitu:

1. Berdasarkan pada hasil rekapitulasi tanggapan responden pada variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan yang diterima pengguna jasa transportasi ojek online Grabbike telah dianggap baik. Hanya saja, diperlukan edukasi ataupun himbauan pada seluruh driver Grabbike untuk tetap terus menggunakan atribut Grab sebagai identitas selama melakukan pelayanan. Selain menghimbau kepada driver, perusahaan Grab bisa memberikan salah satu alternatif lain untuk menunjukkan identitas pada driver Grab dengan menempelkan stiker logo perusahaan Grab pada kendaraan driver Grabbike sehingga dapat memudahkan para pengguna untuk mengetahui identitas driver tersebut.
2. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tanggapan responden pada variabel harga secara keseluruhan sudah dinilai baik. Hanya saja, ada indikator dengan nilainya yang rendah, yakni X2.2, yang menyampaikan bila “Menurut saya, tarif Grabbike yang ditetapkan sesuai dengan pelayanan yang tersedia.” masih belum dirasakan dengan penuh. Perusahaan Grab diharapkan untuk tetap terus mengevaluasi penetapan tarif yang ditawarkan dengan tidak mengurangi pelayanan yang diberikan. Alternatif lainnya dapat dilakukan yakni bisa dengan memberikan berbagai macam program diskon ataupun reward kepada pengguna setia Grabbike agar pengguna merasakan kesesuaian tarif dengan pelayanan yang tersedia, melakukan peningkatan layanan agar pengguna merasa pelayanan yang diberikan sesuai dengan tarif yang ditetapkan.
3. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tanggapan responden pada variabel *perceived usefulness* secara keseluruhan yang diterima pengguna jasa transportasi ojek online Grabbike sudah sesuai. Hanya saja, ada indikator dengan nilai yang rendah, yakni X3.1, menyampaikan bila “Grabbike menjadi salah satu moda transportasi alternatif saya”. Adanya Grabbike masih belum menjadi salah satu moda transportasi alternatif pengguna.

Pengguna merasa bahwa masih ada penyedia jasa transportasi lainnya dengan keunggulan yang lebih menguntungkan. Maka dari itu, perusahaan Grab disarankan untuk dapat menciptakan suatu inovasi baru yang dapat memberikan persepsi manfaat yang lebih dibanding penyedia jasa lainnya sehingga dapat menarik daya tarik pengguna untuk menggunakan jasa layanan transportasi Grabbike seperti dengan menciptakan hubungan yang baik pada pengguna dengan menghubungi pengguna untuk memberikan voucher discount sebagai rasa terima kasih Grab pada penggunanya ataupun dengan menambah opsi pelayanan yang lebih beragam.

4. Bagi penelitian selanjutnya perlu dilakukan pertimbangan untuk menggunakan variabel lain seperti *perceived ease of use* yang dapat menjadi salah satu prediktor kepuasan pelanggan serta perlu dilakukan pra-survey terlebih dahulu supaya dapat mewakili representasi dari objek penelitian. Selain itu sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah sampel pada penelitian sehingga diperoleh pendapat yang semakin objektif dan beragam. Kemudian bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menyertakan pertanyaan terbuka pada kuesioner penelitian agar peneliti dapat menggali informasi lebih dalam lagi mengenai pendapat responden terkait pertanyaan pada kuesioner.