

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Hasil penelitian “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada PO Nusantara Kelas Eksekutif Jurusan Semarang-Jakarta dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Variabel *brand image* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) pada PO Nusantara Kelas Eksekutif Jurusan Semarang-Jakarta. Pengaruh signifikan ini ditunjukkan oleh nilai *P value* yang kurang dari nilai signifikansi. Bukti lain dari berpengaruhnya variabel X1 terhadap Y ditunjukkan oleh nilai *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel. Kontribusi variabel *brand image* terhadap keputusan penggunaan jasa pada uji koefisien determinasi adalah sebesar 51,2%. Korelasi *brand image* (X1) dengan keputusan penggunaan jasa (Y) berada pada kategori kuat dan pada kategorisasi variabel *brand image* mayoritas pengguna menyatakan ‘Baik’, hal ini dapat diartikan bahwa PO Nusantara berhasil memberikan citra merek yang baik dan positif dimata pengguna jasa transportasi bus.
2. Variabel kualitas layanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) pada PO Nusantara Kelas Eksekutif Jurusan Semarang-Jakarta. Pengaruh signifikan ini ditunjukkan oleh nilai *P value* yang kurang dari nilai signifikansi. Bukti lain dari berpengaruhnya variabel X2 terhadap

Y ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Kontribusi variabel kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan jasa pada uji koefisien determinasi adalah sebesar 46,7%. Korelasi kualitas layanan (X_2) dengan keputusan penggunaan jasa (Y) berada pada kategori kuat. dan pada kategorisasi variabel kualitas layanan mayoritas pengguna menilai 'Sangat baik', hal ini dapat diartikan bahwa PO Nusantara berhasil memberikan kepuasan serta preferensi yang sesuai terhadap pengguna jasa transportasi bus.

3. Variabel *brand image* (X_1) dan variabel kualitas layanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) pada PO Nusantara Kelas Eksekutif Jurusan Semarang-Jakarta. Kedua variabel independen yang berpengaruh signifikan ini ditunjukkan oleh nilai P value masing masing variabel independen yang kurang dari nilai signifikansi. Bukti pengaruh yang dimiliki, ditunjukkan oleh nilai F hitung yang lebih besar dari nilai F tabel. Kontribusi variabel *brand image* (X_1) dan kualitas layanan (X_2) terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) pada uji koefisien determinasi adalah sebesar 64,4%. Korelasi *brand image* dan kualitas layanan (X_2) dengan keputusan penggunaan jasa (Y) berada pada kategori sangat kuat.

4.2 Saran

Dari seluruh rangkaian dan tahapan yang telah dilakukan dalam penelitian, serta berbagai hasil Uji terhadap 97 sampel data induk, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan maupun bagi peneliti di masa mendatang. Adapun saran yang dapat disampaikan antara lain:

4.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil temuan penelitian mengenai pengaruh brand image (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) pada PO Nusantara, peneliti bermaksud menyampaikan beberapa masukan yang dapat dipertimbangkan guna optimalisasi pengambilan keputusan penggunaan jasa PO Nusantara Kelas Eksekutif Jurusan Semarang-Jakarta, yaitu:

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi variabel brand image (X1), terdapat beberapa item pertanyaan yang memiliki skor dibawah rata-rata skor variabel. Item pertanyaan ini meliputi pertanyaan X1.1 yang berada pada indikator *corporate image*, pertanyaan X1.5 dan X1.6 pada indikator *product image*, pertanyaan X1.7 pada indikator *professional image*, pertanyaan X1.10 dan X1.11 pada indikator *trendy image*, serta pertanyaan X1.13 dan X1.14 pada indikator *consumer bond*. Item-item tersebut mengenai beberapa aspek yang berbeda dalam satu kesatuan variabel *brand image* seperti reputasi PO Nusantara sebagai perusahaan transportasi, kualitas dan fasilitas serta konsistensi layanan yang diberikan, profesionalisme pengemudi dalam menjalankan tugas, tampilan fisik dan interior bus, serta tingkat perhatian PO Nusantara terhadap kenyamanan dan upaya menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar PO Nusantara memberikan perhatian lebih kepada berbagai aspek yang dinilai belum optimal untuk meningkatkan kredibilitas. PO Nusantara juga sebaiknya memperhatikan aspek serupa yang dilakukan kompetitor.

2. Berdasarkan hasil rekapitulasi variabel kualitas layanan (X2), terdapat beberapa item pertanyaan yang memiliki skor dibawah rata-rata skor variabel. Item pertanyaan ini meliputi pertanyaan X2.2, X2.3 dan X2.4 serta X2.5 yang berada pada indikator *tangibles*, pertanyaan X2.8 pada indikator *reliability*, serta pertanyaan X2.12 dan X2.13 pada indikator *assurance*. Item-item tersebut mengenai beberapa aspek yang berbeda dalam satu kesatuan variabel kualitas layanan seperti kondisi fisik fasilitas dalam bus seperti pendingin udara/AC, toilet penumpang dan colokan adaptor/*port* pengisian daya, layar TV, kesesuaian fasilitas atau spesifikasi tempat duduk dengan pesanan serta pada indikator *assurance* yakni kemampuan pengemudi dalam mengemudikan bus serta pemahaman akan rambu-rambu lalu lintas.

Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar PO Nusantara memberikan perhatian lebih kepada berbagai aspek yang dinilai belum optimal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa PO Nusantara.

3. Berdasarkan hasil rekapitulasi variabel keputusan penggunaan jasa (X3), terdapat beberapa item pertanyaan yang memiliki skor dibawah rata-rata skor variabel. Item pertanyaan ini meliputi pertanyaan Y4 pada indikator pilihan merek dan Y5 dan Y6 pada indikator waktu pembelian. Item-item tersebut mengenai beberapa aspek yang berbeda dalam satu kesatuan variabel keputusan penggunaan jasa seperti pengaruh citra merek terhadap keputusan penggunaan jasa serta kerutinan dan kebiasaan penumpang berdasarkan pemilihan waktu penggunaan jasa pada PO Nusantara. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar PO Nusantara

memberikan perhatian lebih kepada berbagai aspek yang dinilai belum optimal untuk meningkatkan keputusan penggunaan jasa pada PO Nusantara khususnya pada kelas eksekutif jurusan Semarang-Jakarta.

4.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran dan masukan yang bisa digunakan dan dipertimbangkan oleh peneliti selanjutnya.

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah lebih banyak sampel dan lokasi penyebaran responden lebih dari satu agen terminal bus PO Nusantara sehingga menemukan keragaman penilaian responden. Hal ini didasarkan pada penelitian yang hanya dilakukan di agen PO Nusantara terminal sukun Banyumanik dengan jumlah sampel 97, disamping itu jika penyebaran dilakukan lebih dari satu terminal maka proses akan semakin cepat.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel penelitian sehingga hasil penelitian berada pada tingkat kompleksitas yang tinggi, hal ini didasarkan pada pengaruh brand image (X1) dan kualitas layanan (X2) secara simultan hanya berpengaruh 63,4% dimana sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian. Penambahan variabel independen didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi variabel dependen (keputusan penggunaan jasa) seperti sebagai contoh harga, *digital marketing*, WOM dan lain sebagainya.