

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online Grab Bike* di Surabaya. Peningkatan Harga akan tidak selalu dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Transportasi *Online Grab Bike* di Surabaya.
2. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online Grab Bike* di Surabaya. Peningkatan Kualitas Layanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Transportasi *Online Grab Bike* di Surabaya.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online Grab Bike* di Surabaya. Peningkatan Promosi akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Transportasi *Online Grab Bike* di Surabaya.
4. Harga, Kualitas Layanan dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online Grab Bike* di Surabaya. Peningkatan Harga, Kualitas Layanan dan Promosi akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Transportasi *Online Grab Bike* di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penyebaran kuesioner mengalami kesulitan karena tidak semua responden dapat mengisi kuesioner yang diajukan
2. Terdapat kendala pada saat pengisian kuesioner yaitu responden terburu-buru dalam melakukan pengisian.

5.3 Saran

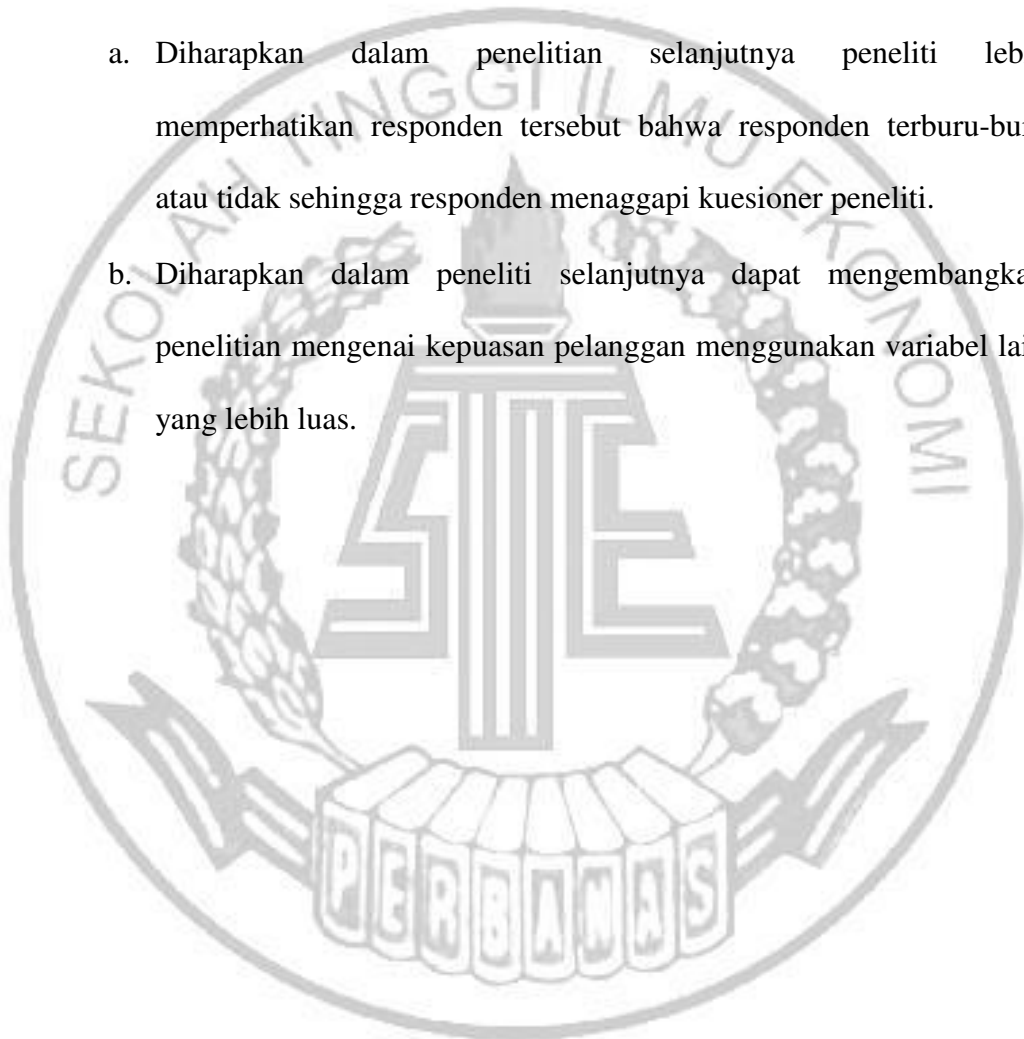
Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan antara lain:

1. Bagi perusahaan *Grab Bike*
 - a. Dalam penetapan dan pemberian harga kepada pelanggan harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan menggunakan layanan *Grab Bike* secara terus menerus.
 - b. Dalam memberikan pelayanan harus diimbangi dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan harus lebih baik dibandingkan dengan transportasi *online* yang lain.
 - c. Dalam memberikan promosi hendaknya memperhatikan keinginan pelanggan dalam konteks saat ini. Pemberian promosi yang menarik dan berbeda dengan yang lain dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan sendirinya.

d. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan hendaknya pihak *Grab Bike* senantiasa memperhatikan secara lebih baik. Bagaimanapun juga pelanggan adalah prioritas. Untuk itu memuaskan pelanggan adalah sebuah hal yang harus dilakukan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya peneliti lebih memperhatikan responden tersebut bahwa responden terburu-buru atau tidak sehingga responden menanggapi kuesioner peneliti.
- b. Diharapkan dalam peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan variabel lain yang lebih luas.



DAFTAR RUJUKAN

- Akdon dan Sahlan Hadi. 2005. *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk administrasi dan manajemen*. Bandung : Dewa Ruchi.
- Anil Hukmah dan Harfinah. 2018. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang Grab di Makassar. *Journal of Communication Sciences* Vol.1 No.1
- Arif Luqman Hakim, Rois Arifin dan Muhammad Hufron. 2018. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga, Promosi, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Jasa Grab Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol.7 No.2.
- Basuki Rachmat dan Trisa Indrawati. 2012."ISEES MODEL : Model Layanan Rumah Sakit Berbasis Internal dan Kualitas Eksternal Service. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi Ventura* Vol. 15
- Burhan Bungin. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Kedua. Jakarta : Prenada Media.
- CNN Indonesia. 2018. Respons Kritik Grab, Gojek Akui Tarifnya Masih Tertinggi.2018.<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181205101857185351235/respons-kritik-grab-gojek-akui-tarifnya-masih-tertinggi> (diakses tanggal 21 Juli 2019)
- Danang Sunyoto. 2014. *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Daryanto & Setyobudi, I. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Elmeguid, Ragheb dan Tantawi. (2018). Customer Satisfaction in Sharing Economy: The Case of Ridesharing Service in Alexandria, Egypt. *The Business and Management Review*, Vol.9 No.4
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Kencana.
- I Made Adi Juniantara dan Tjokorda Gde Raka. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Unud* Vol.7 No.11
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketujuh*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14 ed.). New jersey
- Lumintang Intan Sintya, S.L.H.V. Joyce, Iapian dan Merlyn M. Karuntu. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Online pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado. *Jurnal EMBA* Vol.4 No.1
- Muhammad Rusydi. 2017. *Customer Excellence*. Jakarta: Gosyen Publishing Dessler
- Noor Juliansyah. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ona, J. d., Ona, R. d., Eboli, L., Forticini, C., & Mazzulla, G. (2016). Transit Passengers' Behavioural Intentions: The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction. *Transportmetrica A: Transport Science*, 12(5), 385-412.
- Rina Anggriana, Nurul Qomariyah dan Budi Santoso. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "Om-Jek" Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia* Vol.7 No.2
- Rinabi Tanamal. 2017. Analisis Faktor yang Paling Berpengaruh Pada Keinginan Menggunakan Aplikasi Grab di Kota Surabaya. *JUTEI* Vol.1 No.2
- Solimun, dkk. 2017. *Metode Statistika Multivariat: Permodelan Persamaan Struktural (SEM) pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yani, T. M., Wahyu, W., & Usman, O. 2019. The Influence of Quality of Services, Prices, Locations, Loyalty, Product Design, on the Satisfaction of Transportation Customer of Ojek Online.
- Yusepaldo Pasharibu, Eristia Lidia Paramita dan Stefianus Febrianto. 2018. Price, Service Quality dan Trust on Online Transportation Towards Customer Satisfaction. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.21 No.2