

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga, promosi terhadap kepuasan pelanggan pada layanan ojek online di aplikasi Grab, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan ojek *online* di aplikasi Grab. Memiliki arti semakin baik kualitas pelayanan terhadap pelayanan yang diberikan Grab, maka semakin puas pelanggan dalam menggunakan layanan Grab.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan ojek *online* di aplikasi Grab. Memiliki arti semakin baik persepsi harga pelanggan terhadap harga yang diberikan layanan Grab sesuai apa yang diharapkan pelanggan, maka semakin puas pelanggan dalam menggunakan layanan Grab.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan ojek *online* di aplikasi Grab. Memiliki arti semakin tinggi promosi yang diberikan Grab, maka semakin puas pelanggan dalam menggunakan layanan Grab dengan beragam promo yang diberikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka dengan ini selanjutnya dapat diusulkan beberapa saran yang mungkin dapat dilakukan dan bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Grab
 - a. Untuk lebih meningkatkan Kepuasan Pelanggan, akan lebih baiknya perusahaan Grab harus :
 - 1) Melakukkann evaluasi penetapan harga dan strategi competition-based pricing atau strategi penetapan harga dengan melibatkan, strategi dan produk pesaing.
 - 2) Perusahaan berinovasi agar iklan Grab lebih menarik pelanggan untuk melakukan pembelian, dengan melakukan promo yang dilihatkan melalui iklan benar-benar dapat dinikmati oleh pelanggan, karena dalam penelitian ini variabel persepsi harga memberikan kontribusi paling besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Tentu, jika peneliti selanjutnya ingin menggunakan variabel yang berbeda dalam menentukan kepuasan pelanggan atau ingin meneliti produk atau jasa yang berbeda, maka mereka dapat memodifikasi pendekatan penelitian sebagai berikut:

1. Studi tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan:
2. Pengaruh Aspek-aspek Berbeda terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan
3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan dalam Berbagai Konteks Bisnis
4. Diversifikasi Variabel dalam Menganalisis Kepuasan Pelanggan
5. Explorasi Faktor-faktor Determinan Kepuasan Pelanggan

Dalam hal ini, peneliti akan memiliki fleksibilitas untuk memilih variabel yang paling relevan dengan produk atau jasa yang mereka teliti. Variabel-variabel tersebut dapat mencakup aspek-aspek seperti kualitas produk atau layanan, harga, promosi, kepercayaan merek, atau faktor-faktor lain yang dianggap signifikan dalam konteks penelitian mereka. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang berbeda dalam determinan kepuasan pelanggan, dan selain itu juga dapat menggunakan produk atau jasa yang berbeda dalam penelitiannya.

