

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek *Online Maxim* Pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022. Maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Pada penelitian ini artinya, Mahasiswa Universitas Nasional lebih memilih menggunakan transportasi ojek *online Maxim* dibandingkan kompetitor transportasi *online* lainnya, jika dilihat dari harganya karena Maxim memiliki harga yang lebih terjangkau.
2. Variabel Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Pada penelitian ini artinya, bahwa variabel Kepercayaan tidak berhasil membuktikan keterkaitan antara Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan bukan berarti variabel Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, melainkan data sampelnya tidak berhasil membuktikan hubungan tersebut. Serta Mahasiswa Universitas Nasional yang menggunakan jasa ojek *online Maxim* belum sepenuhnya menaruh kepercayaan terhadap Maxim, karena Maxim dianggap transportasi online yang masih baru atau belum lama berdiri dibanding dengan kompetitornya. Dibuktikan juga masih banyak sampel responden yang menjawab 'Netral atau ragu-ragu' dalam kuesionernya.
3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Pada penelitian ini artinya, Mahasiswa Universitas Nasional yang menggunakan jasa ojek *online Maxim* menganggap bahwa Kualitas Pelayanan yang diberikan Maxim sebanding juga dengan transportasi kompetitornya. Mengartikan bahwa jika Kualitas Pelayanan

mengalami kenaikan maka akan mempengaruhi peningkatan Kepuasan Pelanggan bagi Mahasiswa Universitas Nasional juga.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian serta hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan mampu memberikan dampak positif serta menjadi bahan masukan bagi perusahaan Maxim Indonesia dan penelitian selanjutnya, diantaranya sebagai berikut :

1. Strategi harga yang dilakukan oleh Maxim sudah terlihat baik karena dapat memunculkan persepsi harga bagi Mahasiswa Universitas Nasional untuk memilih Maxim sebagai alat transportasi *online* yang digunakan dibanding kompetitornya serta mampu menciptakan kepuasan bagi penggunanya.
2. Strategi kepercayaan yang dilakukan Maxim perlu dilakukan peningkatan lagi agar menumbuhkan pengguna-pengguna baru serta kepuasan para pelanggannya. Seperti, meningkatkan pelayanan serta fitur-fitur dalam aplikasi Maxim. Dari peningkatan yang dilakukan nantinya pasti akan menumbuhkan kepuasan pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, bisa menambahkan variabel-variabel bebas lainnya yang belum diteliti sehingga terjadi pengembangan dalam ilmu pengetahuan.
4. Untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas atau mempersempit subjek penelitian untuk pengguna Maxim, misalnya per angkatan, fakultas/ jurusan, atau se-jakarta selatan.