

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari data analisis penelitian dengan judul pengaruh Kualitas Layanan, *Customer Value* dan Kepercayaan terhadap *Behavior Intention* transportasi *online bike* Maxim pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, sebagai berikut:

1. Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention* transportasi *online bike* Maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang artinya ketika kualitas layanan meningkat maka *behavior intention* akan semakin meningkat
2. *Customer Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention* transportasi *online bike* Maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang artinya ketika *customer value* meningkat maka *behavior intention* akan semakin meningkat
3. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap *behavior intention* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang artinya ketika kepercayaan mengalami perubahan maka tidak berpengaruh pada *behavior intention*

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekira dapat bermanfaat diantaranya sebagai berikut :

1. Maxim *bike* telah mampu memberikan pelayanan terbaik karena telah mempengaruhi *behavior intention* namun bike Maxim diharapkan lebih fokus kepada driver dalam memberikan perhatian kepada kebutuhan pelanggan selama menggunakan bike Maxim. Hal ini diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi peningkatan *behavior intention* dan diharapkan mampu berkontribusi pada peningkatan *behavior intention*

2. Maxim *bike* telah mampu memberikan customer value terbaik karena telah mempengaruhi behavior intention, namun *bike* Maxim diharapkan lebih fokus kepada *driver* dalam memberikan manfaat salah satunya nyaman kepada pelanggan selama menggunakan *bike* Maxim. Hal ini diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi peningkatan behavior intention dan diharapkan mampu berkontribusi pada peningkatan behavior intention
3. Maxim *bike* belum mampu memberikan kepercayaan yang baik terhadap pelanggan karena tidak dapat mempengaruhi behavior intention sehingga Maxim harus membangun kepercayaan dalam *probability dan reliability* sehingga diharapkan mampu memberikan pengaruh terhadap *behavior intention*

