

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan interpretasi hasil maka kesimpulan yang diambil dari penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan Tahun 2017)” adalah sebagai berikut.

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik tahun angkatan 2017.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik tahun angkatan 2017.
3. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik tahun angkatan 2017.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka rekomendasi dari peneliti dapat diberikan sebagai berikut.

5.2.1 Bagi Aspek Manajerial

1. Dalam penelitian ini harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek namun pihak Gojek harus tetap memperhatikan penetapan tarif mereka karena dikutip dari (detik.com 2018) akhir-akhir ini banyak *driver* ojek online yang melakukan demo tentang masalah perang tarif ojek online, *driver* merasa

jika penetapan tarif saat ini merugikan *driver* karena pendapatan mereka berkurang hal ini harus di waspadai oleh pihak Gojek karena jika para *driver* terus dirugikan dengan kebijakan harga ini maka mungkin para *driver* mengurangi standar pelayanan mereka akibatnya pelanggan merasa dirugikan oleh karena itu diharapkan pihak Gojek menetapkan harga/tarif dengan mempertimbangkan semua aspek karena jika *driver* merasa dirugikan maka akan berimbas pada kualitas layanan yang menurun.

2. Dalam penelitian ini citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa Universitas Muhamadiyah Gresik angkatan tahun 2017, oleh karena itu pihak Gojek perlu meningkatkan citra positif khususnya dalam hal kedisiplinan para *driver* dan standar keamanan kendaraan para *driver*, kesadaran *driver* dalam melakukan *service* berkala kendaraan mereka agar tercipta citra positif aman dan nyaman selama menggunakan jasa Gojek.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dengan menambahkan variabel-variabelnya seperti promosi, *people*, proses karena menurut Kotler dan Keller (2009:4) menjelaskan bahwa:

1. Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran, promosi dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi yang ada sebagai cara untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa.

2. *People* adalah proses seleksi, pelatihan dan pemotivasi karyawan yang nantinya dapat digunakan sebagai pembedaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.
3. Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atas operasi jasa.

Jadi menurut Kotler dan Keller (2009;4) variabel promosi, *people* dan proses memiliki pengaruh terhadap perusahaan jasa dan salah satu variabel yang bisa memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, serta di penelitian selanjutnya bisa menggunakan teknik analisis yang berbeda, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang dijawabnya telah tersedia.