

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab Bike.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab Bike.
3. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab Bike.
4. Kualitas pelayanan, promosi dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab Bike.
5. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab Bike yaitu promosi.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari berbagai keterbatasan dan kendala yang dihadapi dalam melakukan penelitian ini yaitu keterbatasan pada responden penelitian yang hanya menggunakan 100 responden mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta, sehingga hasil penelitian ini belum bisa digeneralisir untuk mewakili pengguna jasa transportasi *online* Grab Bike secara umum.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi pihak yang terkait:

1. Diharapkan perusahaan Grab Bike mampu mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah diberikan. Seperti memberikan estimasi waktu yang tepat saat pelayanan, memperhatikan kecepatan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, supaya pelanggan akan merasa lebih nyaman dan senang serta dapat menciptakan kepuasan pelanggan secara optimal.
2. Diharapkan perusahaan Grab Bike mampu mempertahankan promosi, seperti mempertahankan program periklanan secara lebih efektif. Dapat memberikan promosi yang lebih beragam, supaya pelanggan menjadi lebih tertarik untuk menggunakan jasa transportasi online Grab Bike. Selain itu, dapat terjalinnya hubungan yang baik antara pelanggan dan Grab Bike dalam pemenuhan kepuasan pelanggan.
3. Diharapkan perusahaan Grab Bike dapat meningkatkan citra merek dalam menjadikan Grab Bike sebagai transportasi modern yang mengutamakan pelanggan, seperti dengan menambahkan fitur survei tentang kesesuaian kendaraan guna mengantisipasi kejadian yang tidak diinginkan contohnya jika kendaraan berupa plat atau bahkan driver yang tidak sesuai dengan aplikasi dan pelanggan merasa tidak nyaman dapat melaporkan dengan segera sehingga pihak Grab akan memberikan *punishment* kepada mitra Grab. Saran selanjutnya, memberikan fitur tombol darurat pada aplikasi yang terintegrasi

langsung dengan Grab jika terjadi sesuatu pada penumpang seperti kelalaian *driver* dalam berkendara.