

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis uraikan di atas maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil uji F dapat disimpulkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, harga, dan keamanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,231. Dengan perolehan nilai tersebut maka dapat dijelaskan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, harga, dan keamanan) dapat menjelaskan variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 23,1% sedangkan sisanya sebesar 76,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti misalnya citra merek, kepercayaan dan lain-lain.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan ditemukan bahwa nilai variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis Unwira.
3. Berdasarkan hasil penelitian, variabel harga ditemukan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis Unwira.
4. Berdasarkan hasil penelitian, variabel keamanan ditemukan bahwa variabel keamanan ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis Unwira.

5. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka diketahui bahwa dalam kepuasan konsumen mahasiswa FEB Unwira, sebanyak 31% menyatakan sangat setuju, 66% menyatakan setuju dan 3% menyatakan netral pada kepuasan konsumen. Dari penelitian ini maka kepuasan konsumen mahasiswa FEB Unwira mempunyai hubungan yang erat dengan kualitas pelayanan, harga dan keamanan.

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan keamanan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi *online maxim* (Studi kasus pada Mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis Unwira). Hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen aplikasi *maxim* sebagai berikut :

### 1. Pada perusahaan Maxim

- a. Merekomendasikan kepada pihak *Maxim* untuk lebih meningkatkan pelayanan karena terbukti berpengaruh terhadap pengguna transportasi *online maxim* yaitu dengan bersikap ramah, berkomunikasi dengan konsumen dengan bahasa yang baik dan sopan, merespon orderan konsumen dengan cepat, serta kondisi motor dalam keadaan bersih dan baik.
- b. Merekomendasikan kepada pihak Maxim karena dilihat dari hasil dan pembahasan pada dimensi persepsi penetapan harga terhadap kepuasan konsumen menggunakan transportasi online maxim sudah sangat kuat, maka dari itu penulis menyarankan untuk perusahaan maxim selalu mempertahankan yang sudah baik ini dan berusaha meningkatkan untuk

selalu menjadi yang terbaik pada jasa transportasi *online maxim* supaya para konsumen tidak akan berpaling ke transportasi *online* jenis lainnya.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Dengan persentase yang kecil dalam hal variabel independen menjelaskan variabel dependen, maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk mencari faktor atau variabel lain yang dapat menjelaskan kepuasan konsumen dengan persentase yang besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim, S. O., & Jan, A. B. H. (2018). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online Go-Jek di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Aji, H. M. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah*. UPP STIM YKPN.
- Ariyani, D. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Pieces Framework dan Impotance Performance (Studi Kasus: Pelanggan Transportasi Maxim di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin Gowa).
- Assauri, S. *Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015*
- Fitri, M. A. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Hakim, M. L. (2019). *Peran Transportasi Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Indonesia Depok* (Bachelor's thesis, FISIP UIN Jakarta).
- Howard, A., John dan Sheth, N., Jaddish. 1969. *The Theory of Buying Behavior*. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- I Putu Agus Eka Pratama. (2015). *E-commerce, E-bisnis dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Ed ke-13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba.
- Mauludiyahwati, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Park, Chung-Hoon and Young-Gul Kim. (2006). *The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments*. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 4 (1), hal. 70-90.
- Raman, Arasu dan Viswanathan, A. (2011). *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer*. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System, hal.54-60

- Sa'diyah, C., Aulia, D., & Andharini, S. N. (2021). *Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online: Studi Pada Pengguna Grab Bike*. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(1), 45-57.
- Setiyanto, D. A. *Sebuah Catatan Sosial Tentang Ilmu, Islam, Dan Indonesia*, Yogyakarta: Deepublish, 2016
- Stanton, W. (2016). *Marketing Principles* (Seventh). Erlangga
- Sujatmiko, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Go-jek Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- SULKIPLI, N. A. *Pengaruh kualitas layanan jasa grab terhadap persepsi mahasiswa (studi kasus pada mahasiswa universitas Muhammadiyah) Makasar*.
- Tjiptono, Fandy dan Gergious Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Jakarta: Indeks
- Tjiptono, F. (2019). *Service Marketing-Principles, Applications, and Research* (Latest Edi). Andi.
- Wardani, T. U. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek (studi kasus mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Widagdo, H., & Meirisa, F. (2018). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Transportasi BRT Trans Musi Kota Palembang*. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 16(2), 1-29.