

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berikut ini disampaikan pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Transportasi Online Pengguna Grab di Kota Bogor, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Transportasi Online Pengguna Grab di Kota Bogor. Dengan nilai signifikansi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,260 > 1,984$ artinya kualitas pelayanan Grab memiliki kualitas yang baik.
2. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Transportasi Online Pengguna Grab di Kota Bogor. Dengan nilai signifikansi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,924 > 1,984$ artinya promosi yang diberikan oleh Grab memiliki daya tarik terhadap pengguna pelanggan Grab.
3. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan pada Transportasi Online Pengguna Grab di Kota Bogor.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang digunakan sebelumnya, maka saran dan pembahasan yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Saran Untuk Perusahaan

Pelanggan Grab di Kota Bogor masih ada beberapa yang belum puas akan kualitas pelayanan yang diberikan diantaranya helm tidak berstandar SNI (Standar Nasional Indonesia), oleh Grab artinya masih ada pelanggan yang mengeluhkan mengenai perlengkapan yang diberikan oleh Grab.

Demikian pun dengan promosi yang diberikan oleh pihak Grab tetap harus menjadi perhatian dari pihak Manajemen Grab. Ada beberapa saran yang dapat peneliti kemukakan bagi perusahaan Grab agar perusahaan berkembang dan bersaing dengan kompetitor adalah sebagai berikut:

- a. Grab harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang di berikan kepada pelanggan dengan cara perusahaan di harapkan untuk membagikan atau pembaharuan atribut sebagai salah satu bentuk perwujudan nyata upaya perusahaan Grab dalam menjaga keamanan dan kenyamanan, bagi mitra pengemudi maupun penumpang setia Grab salah satunya yaitu helm yang berstandar SNI kepada mitra Grab di jabodetabek. Karena salah satu faktor penting dalam kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan yang

diberikan oleh Grab sehingga pelanggan akan loyal terhadap Grab apabila pelayanan yang diberikan memuaskan.

- b. Grab harus lebih rutin melakukan kegiatan promosi, dengan meningkatkan strategi promosi dan mengadakan event-event yang menjadi perhatian masyarakat atau pengguna Grab, memberikan voucher gratis untuk beberapa kali perjalanan pada pelanggan yang loyal. Karena promosi merupakan salah satu daya tarik untuk pelanggan menggunakan aplikasi transportasi online Grab.

2. Saran Untuk Peneliti Berikutnya

Diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan melakukan penelitian pada variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan atau bisa juga sama dengan variabel yang diteliti pada penelitian ini sebagai patokan minimal. Besarnya persentase pengaruh kualitas pelayanan dan promosi pada penelitian ini 58,9% dan sisanya merupakan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan selain variabel yang diteliti oleh peneliti pada penelitian ini.