

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari analisis dan pembahasan yang digunakan sesuai pada hipotesis pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variable Nilai Pelanggan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online* Pengguna Jasa Grab di Wilayah Mojokerto sebagai ( $Y$ ). Dengan demikian hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa ( $X_1$ ) diterima atau sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Pengguna Jasa Grab di Wilayah Mojokerto.
2. Variable Citra Merek ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online* Pengguna Jasa Grab di Wilayah Mojokerto sebagai ( $Y$ ). Dengan demikian hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa ( $X_2$ ) tidak diterima atau bertolak belakang dengan hipotesis yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Pengguna Jasa Grab di Wilayah Mojokerto.
3. Secara bersama-sama variable Nilai Pelanggan dan variable Citra Merek dapat disimpulkan bahwa kedua variable tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Pengguna Jasa Grab di Wilayah Mojokerto.

## **B. Saran**

### **1. Bagi perusahaan Grab**

Dari penelitian yang telah dilakukan perusahaan dapat meningkatkan upaya-upaya atau untuk menambah nilai pelanggan Grab yang baik dan berguna untuk menciptakan Kepuasan pada pelanggan. Selain itu perusahaan hendaknya dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menciptakan kebijakan-kebijakan yang berimbang khususnya dalam upaya meningkatkan nilai pelanggan dan citra merek terhadap kapuasan pelanggan transportasi *online* di Wilayah Mojokerto.

### **2. Bagi penulis**

Hendaknya penulis menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan pengalaman guna memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai masalah-masalah yang dihadapi perusahaan dalam mempertahankan konsumennya untuk tetap menjadikan transportasi *online* (Grab) sebagai transportasi online yang paling terbaik dimata konsumennya.

### **3. Bagi peneliti selanjutnya**

Penelitian ini dapat berguna menambah ilmu pengetahuan para pembaca pada umumnya dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, acuan beserta referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## Daftar pustaka

- Abdullatif. (2016) Pengaruh Harapan Pelanggan, Nilai Pelanggan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi. Jakarta. Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ahmad, dkk. (2016) Pengaruh Brand Image Dan Inovasi Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Go-Jek Di Kota Makassar. *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Program Sarjana Ekonomi. Samata-Gowa. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Ari, S. W. (2013) Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Di Kota Purwokerto. *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi. Semarang. *Universitas Negeri Semarang*.
- Indriantoro, N., dan Supomo, B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta
- Ida, dkk. (2016) Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Program Riset Fakultas Ekonomi dan bisnis Manajemen*. program riset manajemen. Universitas Islam Attahiriyah

- Rina, dkk. (2017) pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek online “om-jek” jember. *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Manajemen*. . Program Sarjana Ekonomi. Jember. Uiversitas Muhammadiyah Jember.
- Sangaji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Setiadi, N.J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Siskawati, R. (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pln (Persero) Area Manado. *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi. Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Tio, K Y. (2016) Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Word Of Mouth, Dan Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Transportasi Gojek Di Di Kota Tangerang Selatan. *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi. Jakarta. Universitas Indonesia Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Vina, A. (2012) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus. *Skripsi Program Sarjana Fakultas*

*Ekonomi Dan Bisnis Manajemen.* Program Sarjana Ekonomi.  
Semarang. Universitas Diponegoro Semarang.