

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan di bab sebelumnya yang telah peneliti lakukan mengenai kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pengguna gojek *goride* pada mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika, simpulan yang dapat di ambil sebagai berikut:

- a Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna gojek *goride* pada mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika. Kualitas pelayanan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan gojek *goride* sehingga setuju jika pengemudi gojek selalu siap membantu dan responsif jika terdapat masalah saat dalam perjalanan. Selain itu pelanggan juga setuju jika pengemudi gojek *goride* mengutamakan keselamatan pengguna saat di situasi apapun.
- b Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna gojek *goride* pada mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika. Meskipun saat ini terdapat banyak pesaing di sektor bisnis tersebut gojek tetap menjadi prioritas utama dalam pemilihan aplikasi ojek online karena harga dan kualitas yang ditawarkan sebanding dengan harapan pelanggan.
- c Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna gojek *goride* pada mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika. Gojek sering memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan sehingga pelanggan lebih memilih gojek sebagai alat transportasi dibandingkan dengan aplikasi sejenis. Gojek juga sering melakukan promosi iklan di



media sosial dan platform digital. Hal tersebut memberikan informasi secara tidak langsung kepada pelanggan tentang produk atau promosi yang baru dan/ sedang berjalan yang bisa menumbuhkan minat pelanggan untuk menggunakan gojek.

- d Citra merek (X4) berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan pengguna gojek *goride* pada mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika. Saat ini aplikasi gojek sudah sangat berkembang dari segi teknologi dan fitur yang disediakan sudah sangat mengikuti perkembangan zaman. Atribut dan logo gojek juga sudah mudah dikenali.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan simpulan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a Kualitas Pelayanan (X1) Disarankan bagi perusahaan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. yaitu untuk menjaga performa pelayanan dan melakukan inovasi-inovasi baru terhadap layanan yang diberikan, seperti memastikan kendaraan yang digunakan *driver* layak dalam layanan dalam kondisi baik dan aman karena ada beberapa oknum driver yang menggunakan kendaraan yang kurang layak pakai. Begitu juga dengan aplikasi gojek saat ini menurut pelanggan sudah sangat baik namun PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. harus terus mengembangkan dan memperbarui aplikasi secara berkala agar lebih mudah digunakan dan lebih efisien.
- b Harga (X2) Pelanggan gojek saat ini sering mengeluhkan kadang tarif atau harga yang diberikan gojek lebih mahal dengan aplikasi sejenis yang memberikan pelayanan yang sama, karena banyaknya sektor bisnis yang



sama (ojek online) hal ini tentu harus diperhatikan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. untuk tetap menjaga range harga yang diberikan agar bisa bersaing dengan bisnis ojek online pesaing hal ini dilakukan untuk menjaga kepuasan pelanggan agar tetap menggunakan layanan goride gojek atau bahkan layanan yang lainnya di aplikasi gojek.

- c Promosi (X3) memberikan program diskon dan promo untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan setia agar menggunakan layanan aplikasi gojek. Promo yang dijalankan juga harus disamakan antara pengguna baru ataupun lama, sehingga harga antar pengguna sama nominalnya. Program diskon dan promo dapat dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, facebook, tiktok dan youtube. Promosi juga bisa dilakukan melalui TV digital dan video tron/baliho yang ada di pinggir jalan raya.
- d Citra merek (X4) yang dimiliki gojek saat ini sudah sangat baik bahkan banyak pengguna ojek online yang menyebutkan aplikasi lainnya yang sejenis dengan sebutan gojek juga. Atribut serta logo yang mudah dikenali pengguna layanan ojek online memudahkan pelanggan untuk mengenali pengemudi meskipun dari jauh, namun PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. harus tetap menjaga komitmen terhadap atribut yang dikenakan driver.
- e Bagi peneliti selanjutnya
Disarankan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti permasalahan yang sama dan/ sejenis, disarankan untuk mengambil variabel lain seperti lokasi, loyalitas pelanggan dll. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memberikan pengetahuan yang terbaru.



DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, R. (2016). Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 2(1).
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Elsandra, dan Yesi. "Preferensi Masyarakat Muslim Indonesia Terhadap Web Quality, E-Trust dan E-Purchase Intention Makanan Halal Online di Jepang." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* 25.2 (2023): 642652.
- Fadillah, A. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Studi Kasus Ini Di Wilayah Kelurahan Cipinang Besar Utara) (*Doctoral dissertation*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Fanny, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Inovasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Go-Ride (Studi Kasus Pada Masyarakat RT 015 Palmeriam) (*Doctoral dissertation*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Febrilia, I. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek online grab. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 204-225.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi 5, Penerbit Univ. Diponegoro Press, Semarang.
- Firmansyah, E. A. dan Nurjannah, F. A., (2018). Citra Merek Serta keputusan Pembelian pada Cafe Warunk Upnormal. *Jurnal Dimensi*, 7(1), 36-58.
- Firmanto, F. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Sri Batam Raya (*Doctoral dissertation*, Prodi Manajemen).
- Data Indonesia. 2022. Suvei Indef: Gojek Pimpin Pasar Ojek Online di Indonesia <https://dataindonesia.id/varia/detail/survei-indef-gojek-pimpin-pasar-ojekonline-di-indonesia> (Diakses Tgl 30 Oktober 2023 : Pk 15.39)
- Gery, M. H. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen the aliga hotel padang. *Menara ilmu*, 12(9).

- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika: Teori, Konsep, Dan Aplikasi. IBM SPSS 24*. Edisi 3, Penerbit Univ. Diponegoro Press, Semarang.
- Ginting, F. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday (*Doctoral dissertation*, Universitas Quality Beratagi).
- Gojek Indonesia. (2023). Layanan Aplikasi Gojek. <https://gojek.com/id-id> (Diakses Tgl 31 Januari 2024 : Pk 09.38)
- Ibrahim, M., dan Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 175-182.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*, penerbit unitomo press.
- Kasinem, K. (2021). "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17.4: 329-339.
- Kasmir. (2021). *Customer Service Excellet: Teori dan Praktik*, Edisi 1, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Lane, K. K. (2018). *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Kurnia, S. C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 6(2), 1-12.
- Kurniawan, M., dan Hildayanti, S. K. (2019). Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab). *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 86-102.
- Kurniawati, T., Irawan, B., dan Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147-151.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*, Penerbit CV Al Fath Zumar, Sukabumi.

- Mahendri, W., dan Munir, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jasa Transportasi Gojek Online Di Sidoarjo). *Margin Eco*, 5(2), 11-17.
- Mishael, M. (2021). Pengaruh Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Pada Perlengkapan Komputer Merek Rexus. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta*.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452-462.
- Rivai, A. R. dan Prastiwi, E. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 244-256.
- Sianipar, G. J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Pelanggan Grabbike di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 183-196.
- Silitonga, P. S. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Cabang Gaperta Medan (*Doctoral dissertation*, Universitas Medan Area).
- Sugiyono. (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Edisi 1, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, U., dan Tjiptonon, F. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. PT Penerbit IPB Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Penerbit Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 4. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wardani, A. T. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Brand Matahari. (*Doctoral dissertation*, IAIN Ponorogo).

We Are Social. 2023. Jumlah pengguna Internet.
<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/> (Diakses Tgl 29
Oktober 2023 : Pk 20.45

Zeithamal. V. A. (2009) Service Marketing: Integrating Customer Focus Across
The Firm, Edisi 5, Penerbit McGraw-Hill, New York

