

BAB V PENUTUP

J. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian “Pengaruh *E-Payment*, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab” adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel Pengaruh *E-Payment* pada Mahasiswa Angkatan Tahun 2019 memiliki nilai positif dan signifikansi dimana t_{hitung} sebesar 2,066 serta t_{tabel} 1,661 yang artinya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$ maka dapat dikatakan *E-Payment* secara parsial mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab.
2. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan pada mahasiswa angkatan tahun 2019 memiliki nilai yang positif dan signifikan dimana t_{hitung} sebesar 2,688 serta t_{tabel} 1,661 yang artinya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ maka dapat dikatakan Kualitas Pelayanan secara parsial mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab.
3. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel Pengaruh Promosi pada mahasiswa angkatan tahun 2019 memiliki nilai positif dan signifikan dimana t_{hitung} sebesar 3,280 serta t_{tabel} 1,661 yang artinya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat dikatakan Promosi secara parsial mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab.
4. Berdasarkan hasil analisis variabel *E-Payment*, Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan memiliki nilai yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online, dimana nilai F_{hitung}

sebesar 21.425 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,14 maka dapat disimpulkan nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ serta nilai probabilitasnya adalah $0,000 < 0,05$.

K. Saran

1. *E-Payment*

Keamanan pembayaran menggunakan *E-Payment* terutama pada *E-Wallet* OVO pada sistem transportasi online grab harus lebih ditingkatkan agar dapat mengurangi hal-hal yang tidak diinginkan pelanggan serta dapat meningkatkan kepercayaan dan keamanan para pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

Perusahaan Grab harus mampu mempertahankan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan seperti driver Grab harus mampu memahami dan memberikan tanggapan yang baik bagi responden yang mempunyai keluhan agar mereka merasa dilayani dengan baik serta merasa nyaman ketika menggunakan aplikasi Grab.

3. Promosi

Iklan yang ditayangkan oleh Grab memang sudah ada di beberapa media sosial. Namun, desain iklan yang digunakan belum dapat menarik perhatian orang yang melihatnya sehingga perusahaan grab harus lebih memperhatikan lagi iklan seperti apa yang dapat menarik orang-orang untuk membacanya agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.

4. Kepuasan Pelanggan

Untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggan, perusahaan Grab harus memperhatikan kebutuhan apa saja yang diperlukan pelanggan agar mereka bisa mengandalkan aplikasi grab dalam melakukan aktifitas sehari-harinya.