

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel tarif perjalanan (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,136 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,035 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa tarif perjalanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin baik persepsi konsumen terhadap tarif yang mencakup keterjangkauan, keadilan, dan transparansi harga, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan. Sebaliknya, apabila tarif dianggap tidak sesuai dengan kualitas layanan, maka kepuasan konsumen cenderung menurun.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel kemudahan akses (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,604 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, semakin mudah layanan transportasi diakses, baik dari segi ketersediaan armada maupun kemudahan dalam proses pemesanan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel kecepatan layanan (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,226 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin cepat respon layanan, waktu penjemputan, dan efisiensi perjalanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
4. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tarif perjalanan, kemudahan akses, dan kecepatan layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi

oleh satu variabel saja, melainkan oleh kombinasi dari ketiga variabel tersebut secara simultan. Selain itu, berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2), menunjukkan bahwa variabel tarif perjalanan, kemudahan akses, dan kecepatan layanan mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Penyedia Layanan Transportasi: Diharapkan dapat menetapkan tarif perjalanan yang lebih transparan, kompetitif, dan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Hal ini penting karena berdasarkan hasil penelitian, tarif perjalanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,030.
2. Bagi Penyedia Platform dan Operator Transportasi: Perlu meningkatkan kemudahan akses layanan, baik melalui peningkatan jumlah armada maupun pengembangan sistem pemesanan yang lebih user-friendly. Mengingat variabel kemudahan akses memiliki pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,016, maka peningkatan pada aspek ini dapat secara langsung meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Bagi Pengemudi dan Perusahaan Transportasi: Diharapkan dapat meningkatkan kecepatan dan ketepatan layanan, seperti mempercepat respon pemesanan, mengurangi waktu tunggu, serta meningkatkan efisiensi perjalanan. Hal ini penting karena variabel kecepatan layanan memiliki pengaruh paling dominan dengan nilai t hitung tertinggi yaitu 4,105 dan signifikansi sebesar 0,000.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya: Disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas pelayanan, keamanan, kenyamanan, atau faktor teknologi. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas lokasi penelitian serta jumlah responden agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.