

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pada uji t (parsial) variabel harga (X_1) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,051 < 0,1$ dan nilai $t_{hitung} 1,979 > t_{tabel} 1,291$, yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan jasa transportasi online Grab pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Berdasarkan hasil pada uji t (parsial) variabel kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,024 < 0,1$ dan nilai $t_{hitung} 2,291 > t_{tabel} 1,291$, yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan jasa transportasi online Grab pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Berdasarkan hasil pada uji t (parsial) variabel nilai pelanggan (X_3) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,1$ dan nilai $t_{hitung} 2,910 > t_{tabel} 1,291$, yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel nilai pelanggan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan jasa transportasi online Grab pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Berdasarkan hasil pada uji F (simultan) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai $F_{hitung} 20,745 > F_{tabel} 2,37$, yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan nilai pelanggan (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan jasa transportasi online Grab pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
5. Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi atau *R Square* sebesar 0,4225 atau 42,25% yang artinya bahwa pengaruh Harga (X_1),

Kualitas Pelayanan (X_2) dan Nilai Pelanggan (X_3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) jasa transportasi online Grab dalam uji koefisien determinasi sebesar 42,25% dan sisanya 57,75% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan jasa transportasi online yaitu kepercayaan, promosi dan citra merek.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka terdapat saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat memberikan harga yang lebih terjangkau dari jasa transportasi online lain. Selain itu, perusahaan seharusnya memperhatikan para drivernya untuk lebih cepat tanggap pada pelanggannya agar kepuasan pelanggan dapat meningkat sehingga pelanggan dapat merekomendasikan pada kerabatnya dan terus menerus melakukan pesanan secara berulang.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan hasil penelitian ini, khususnya pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama perkuliahan dan dapat membandingkannya dengan realita yang ada dalam dunia perusahaan jasa transportasi online.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan jasa transportasi online. Dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas yakni harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan nilai pelanggan (X_3). Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas penelitiannya dengan memperoleh lebih banyak informasi yang lengkap mengenai variabel-variabel bebas lainnya yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.