



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelanggan setuju mengenai Kualitas Layanan yang diberikan oleh Grabcar.
2. Pelanggan setuju akan Persepsi Harga yang diberikan oleh Grabcar.
3. Pelanggan Grabcar puas akan Kualitas Layanan yang diberikan kepada pelanggan.
4. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabcar.
5. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabcar

B. SARAN

Merujuk kepada hasil penelitian dan pembahasan, berikut ini penulis ajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perhatian sopir menunjukkan skor rata-rata yang paling rendah, maka sebaiknya perusahaan men-*training* dulu semua sopir-sopir yang hendak bekerjasama dengan Grab, agar kedepannya dapat meningkatkan kualitas layanan dari perusahaan itu sendiri.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Dilihat dari tabel hasil Analisis Persepsi Harga, harga yang telah diterapkan oleh perusahaan Grab sudah terjangkau dibandingkan pesaing yang menggunakan argo seperti taksi konvensional (Ekspress, Taxiku) namun harga yang diterapkan dengan pesaing yang menggunakan harga tetap (Uber, Gocar) masih terbilang mahal. Ada baiknya jika Grab dapat memberikan promosi (seperti kode kupon) yang berkelanjutan untuk para pelanggannya, agar pelanggan tidak merasa harga teralalu mahal saat posisi *high fare*.
3. Perusahaan perlu mengkaji ulang kelemahan-kelemahan yang dimiliki agar Grab selalu menjadi pilihan utama para konsumen saat ingin berpergian.
4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk mencari tau variabel-variabel yang tidak diteliti yang berpengaruh terhadap kepuasan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.