

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data dari pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *purchase intention* layanan GoRide dari aplikasi Gojek di Jakarta mampu disimpulkan sebagai berikut:

##### 5.1.1 Brand Image terhadap Purchase Intention

*Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Artinya hal ini menunjukkan bahwa semakin positif *brand image* layanan GoRide dapat meningkatkan *purchase intention*.

##### 5.1.2 Brand Trust terhadap Purchase Intention

*Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi *brand trust* layanan GoRide dapat meningkatkan *purchase intention*.

#### 5.2 Saran

##### 5.2.1 Bagi Perusahaan (PT GoTo Gojek Tokopedia, Tbk)

Sebagai salah satu perusahaan transportasi *online*, GoRide dapat dilakukan dengan meningkatkan *brand image* yang positif supaya konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap layanan GoRide, hal ini dapat dilakukan dengan efisiensi perjalanan dan konsisten menegaskan posisi merek sebagai layanan transportasi yang aman, cepat, dan nyaman dalam kampanye pemasaran serta mempertahankan kualitas layanan dengan pelatihan secara





berkala bagi driver. Selain itu dapat melakukan pengembangan merek dengan menghadirkan lebih banyak GoRide Elektrik untuk kendaraan Listrik yang dapat membedakan dari layanan transportasi *online* lainnya. Dengan memberikan persepsi konsumen yang positif dengan layanan GoRide dari aplikasi Gojek yang nantinya akan mendorong niat beli konsumen. Selain itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan *purchase intention* dari segi *brand trust*, dengan memperhatikan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mendengarkan keluhan dari pelanggan sehingga GoRide dari aplikasi Gojek terus memperbaiki layanannya hingga sesuai harapan konsumen, serta meningkatkan fitur keamanan yang lebih akurat. Maka, dengan memperhatikan kepercayaan konsumen terhadap GoRide dari aplikasi Gojek pelanggan akan terdorong untuk semakin sering menggunakan layanan GoRide serta tidak lagi merasa layanan GoRide mengecewakan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam pengembangan lebih jauh untuk melakukan penelitian serupa, diharapkan untuk menambahkan variabel lain yang memungkinkan mempunyai pengaruh terhadap *purchase intention* seperti *customer experience*, persepsi harga, iklan, promosi penjualan, *electronic word of mouth (e-wom)* dan variabel lainnya, guna untuk memberikan variasi dalam penelitian serupa. Selain itu diharapkan melakukan lokasi di wilayah yang berbeda supaya dapat memperoleh hasil penelitian yang berbeda sehingga dapat dibandingkan dengan penelitian ini, dengan lokasi yang berbeda dapat menjadi alat untuk membandingkan perbedaan nilai masing-masing variabel karena setiap lokasi pasti memiliki nilai masing-masing variabel yang berbeda.

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.