

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah dilakukan analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya, didapatkan hasil citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ojek *online* Maxim sehingga dapat diartikan Maxim telah berhasil menciptakan dan mempertahankan citra merek yang baik kepada pelanggannya. Dari hasil tersebut dapat ditarik konklusi bahwa variabel citra merek selaras dengan hipotesis pertama yakni terdapat pengaruh dari citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya pada variabel kualitas layanan diketahui berpengaruh pada kepuasan pelanggan ojek online Maxim. Hal tersebut mengartikan bahwasanya kualitas pelayanan perusahaan Maxim merupakan salah satu faktor penting dalam membangun kepuasan pelanggan. Hasil variabel kualitas pelayanan sejalan dengan hipotesis penelitian yang kedua yakni terdapat pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian pada variabel *customer experience* didapatkan hasil bahwasanya tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan ojek online Maxim. Hal ini tentu bertentangan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulannya variabel *customer experience* tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang ketiga yakni terdapat pengaruh dari *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab dan telah mengikuti pedoman ilmiah yang berlaku. Namun dalam setiap penelitian tentunya memiliki beberapa kekurangan. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan dalam melakukan penelitian yang nantinya dapat dijadikan acuan pada penelitian selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah responden yang digunakan pada penelitian ini berdomisili di daerah DKI Jakarta saja. Oleh sebab itu, hasil yang didapatkan dari penelitian ini tidaklah bisa dapat diterapkan pada pelanggan Maxim di wilayah lainnya. Selain itu penyebaran kuesioner dilakukan secara online sehingga durasi waktu yang dibutuhkan untuk mengumpulkan jawaban responden menjadi cukup lama

5.3 Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan untuk pihak perusahaan dan peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Untuk pihak perusahaan, sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya memperhatikan metode pembayaran yang disediakan sebab hingga saat ini maxim hanya menerima pembayaran secara tunai. Selanjutnya maxim perlu memberikan promosi potongan harga karena responden merasa harga yang ditawarkan kurang terjangkau. Kemudian dalam segi kebersihan atribut keselamatan berkendara perlu diperhatikan kembali agar pengguna ojol nyaman saat mengendarainya. Selain itu, fitur *maps* dan estimasi waktu tiba haruslah diperbaiki karena responden merasa ojek *online* Maxim bukanlah pilihan tepat ketika sedang terlambat menuju lokasi tujuan.
2. Untuk peneliti selanjutnya dengan topik yang sama hendaknya melakukan pengembangan terkait dengan menyelidiki variabel tambahan yang diduga kuat memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan.