

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berhubungan dengan pembahasan dan analisis data yang sudah dijalankan pada studi ini mengenai kualitas layanan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna layanan jasa *ride hailing* Maxim dan/atau InDrive di DKI Jakarta maka diperoleh kesimpulan.

Variabel kualitas layanan berpengaruh dan signifikan kepada kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa *ride hailing* Maxim dan/atau InDrive di DKI Jakarta. Hasil yang didapat memperlihatkan bahwasanya kualitas layanan yang dijalankan oleh Maxim dan InDrive sudah bisa memberi layanan yang cepat dalam memberikan layanan (*responsiveness*), konsisten (*reliability*), memberi kepedulian terhadap keperluan dan keinginan pelanggan (*empathy*), bisa terjamin (*assurance*), dan membuktikan layanannya sesuai dengan bukti fisik (*tangibles*). Hasil ini dapat diartikan, makin baik kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan Maxim dan InDrive, jadi kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa *ride hailing* Maxim dan/atau InDrive di DKI Jakarta juga akan makin meningkat.

Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa *ride hailing* Maxim dan/atau InDrive di DKI Jakarta. Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa kemudahan penggunaan yang diberikan oleh Maxim dan InDrive mudah dipelajari, bisa dikendalikan, mudah dimanfaatkan, fleksibel, mudah dipahami dan para pelanggan bisa menjadi mahir menggunakan aplikasi layanan jasa *ride hailing*. Hasil ini dapat diartikan, semakin mudahnya penggunaan aplikasi layanan jasa *ride hailing*, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada pengguna layanan jasa *ride hailing* Maxim dan/atau InDrive di DKI Jakarta.

Variabel promosi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa *ride hailing* Maxim dan/atau InDrive di DKI Jakarta. Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa promosi yang diberikan oleh Maxim dan InDrive melalui promosi penjualan (*sales promotion*), periklanan (*advertising*), relasi publik (*public relations*), dan penjualan langsung dan digital (*direct and digital marketing*) memberikan manfaat bagi para pengguna aplikasi layanan jasa *ride hailing* Maxim

dan/atau InDrive. Hasil ini dapat diartikan, semakin beragamnya promo yang menarik dan diskon yang diberikan kepada pelanggan, maka bisa menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pengguna layanan jasa *ride hailing* Maxim dan/atau InDrive di DKI Jakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang sudah dijalankan ini sudah sesuai dengan pedoman dan syarat yang sudah diputuskan, tetapi masih ada sejumlah keterbatasan dalam studi ini, yakni keterbatasan jumlah variabel yang berkontribusi pada penelitian yang hanya meliputi tiga variabel independen, ialah kualitas layanan, kemudahan penggunaan dan promosi yang dimana masih ada variabel independen lain yang bisa dimanfaatkan dalam meneliti kepuasan pelanggan.

5.3 Saran

Menurut kesimpulan yang sudah dijelaskan, peneliti memberi saran, ialah supaya Maxim dan InDrive bisa meningkatkan kualitas layanan dengan lebih memperhatikan kebutuhan serta harapan pelanggan. Peningkatan kualitas layanan ini mencakup keandalan perusahaan dalam memberikan layanan serta sikap dan perilaku pengemudi saat melayani penumpang. Langkah konkret yang dapat diambil oleh Maxim dan InDrive adalah dengan memberikan pelatihan wajib kepada pengemudi, mencakup aspek keselamatan, etika pelayanan, dan penanganan pelanggan serta membuat panduan standar layanan pelanggan yang harus dipatuhi pengemudi, mencakup aspek komunikasi, sikap sopan, dan profesionalisme.

Selanjutnya, Maxim dan InDrive dapat terus mengembangkan serta memperbarui sistem aplikasinya dengan cara menyederhanakan tampilan agar lebih mudah dipahami, susun fitur ke dalam kategori agar pengguna dapat menemukan fungsi yang diinginkan tanpa kesulitan, menyediakan opsi tema gelap dan terang untuk kenyamanan pengguna di berbagai situasi, serta menambahkan fitur untuk menyimpan alamat yang sering digunakan, seperti rumah atau kantor, karena fitur tersebut belum tersedia pada *platform* Maxim dan InDrive

Terakhir, Maxim dan InDrive dapat lebih memanfaatkan berbagai strategi promosi yang sedang terjadi belakangan ini contohnya dengan menerapkan strategi promosi gamifikasi. Implementasi dari strategi gamifikasi ini dengan cara membuat

fitur permainan di aplikasi, seperti roda keberuntungan, yang dapat dimainkan pengguna setelah menyelesaikan perjalanan. Selain itu Maxim dan InDrive dapat menciptakan program “langganan *premium*” bagi pelanggan mereka. Pelanggan membayar biaya bulanan untuk mendapatkan manfaat eksklusif seperti diskon perjalanan dan prioritas dalam pemesanan, seperti contoh pelanggan membeli paket "*Gold Member*" seharga Rp50.000/bulan dengan manfaat diskon 15% pada setiap perjalanan.

Peneliti berikutnya diinginkan bisa meneruskan studi ini dengan menambahkan variabel lain di luar variabel bebas yang sudah dimanfaatkan pada studi ini. Hal ini dijalankan supaya bisa mengetahui sejauh mana variabel lain tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna layanan *ride hailing*. Selain itu, peneliti di masa akan datang diinginkan bisa memperkaya cakupan wilayah penelitian, memanfaatkan sampel responden atau objek lainnya, sehingga dapat memberikan kontribusi baru dan pembaruan terhadap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.