

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang analisis faktor-faktor daya tarik yang memengaruhi penggunaan aplikasi Gojek pada fitur Go-Ride, maka dapat disimpulkan:

- a. Faktor-faktor daya tarik yang memengaruhi penggunaan aplikasi Gojek pada fitur Go-Ride terdapat empat dimensi faktor yang memengaruhi. Pertama, keunggulan produk adalah superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran kompetitor. Kedua, reputasi perusahaan adalah reputasi perusahaan dihasilkan dari akumulasi seluruh kontak yang dilakukan oleh berbagai pihak dengan organisasi tersebut. Ketiga, faktor harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu. Keempat, kualitas jasa adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan.
- b. Dari empat faktor yang memengaruhi daya tarik penggunaan aplikasi Gojek pada fitur Go-Ride, terdapat faktor dominan dan faktor terendah. Faktor dominan adalah reputasi perusahaan dengan nilai 89,25%, sedangkan faktor terendah adalah harga dengan nilai 80,2%. Walaupun menjadi faktor terendah bukan berarti tidak baik secara keseluruhan, tetapi perlu perbaikan dan peningkatan terhadap faktor terendah tersebut.

4.2. Saran

Dari faktor dominan, terendah dan faktor yang memengaruhi daya tarik penggunaan aplikasi Gojek pada fitur Go-Ride, maka penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Sebaiknya Gojek lebih banyak memberikan promo pada fitur Go-Ride agar dapat meningkatkan ketertarikan menggunakan Go-Ride, seperti memberikan diskon dan *cashback* kepada penggunanya.
2. Sebaiknya Gojek membuat fitur telepon pada layanan Go-Ride dengan menggunakan kuota internet sehingga pelanggan tidak harus menelepon dengan telepon biasa