

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari data-data penelitian yang telah penulis lakukan, serta pembahasan yang sudah dibahas pada bab sebelumnya maka penulis dapat menarik kesimpulan dari 4 dimensi persepsi penetapan harga dan keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online Maxim* adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan uraian dari hasil dan pembahasan pada bab IV, dapat disimpulkan bahwa persepsi penetapan harga terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online Maxim* di Palembang diukur dari dimensi persepsi penetapan harga tergolong Sangat Kuat. Dengan hasil interpretasi yaitu dimensi keterjangkauan harga dengan persentase 87,9 persen, dimensi kesesuaian harga dengan kualitas jasa dengan persentase 86 persen, dimensi daya saing dengan persentase 86,9 persen dan dimensi kesesuaian harga dengan manfaat dengan persentase 85,1 persen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi penetapan harga terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online Maxim* di Palembang mengenai keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, daya saing, dan kesesuaian harga dengan manfaat sudah sangat baik.
2. Dimensi yang paling dominan pada persepsi penetapan harga menggunakan jasa transportasi *online Maxim* adalah dimensi keterjangkauan harga dengan persentase sebesar 87,9 persen termasuk dalam kategori interpretasi sangat kuat. Ini membuktikan bahwa harga transportasi *online Maxim* yang relatif murah dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen sehingga dapat dijangkau semua orang dengan kemampuan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi *online Maxim* sesuai dengan harapan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan kesimpulan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Dilihat dari hasil dan pembahasan pada dimensi persepsi penetapan harga terhadap keputusan konsumen menggunakan transportasi *online Maxim* sudah sangat kuat, maka dari itu penulis menyarankan untuk PT Teknologi Perdana untuk selalu mempertahankan yang sudah baik ini dan berusaha meningkatkan untuk selalu menjadi yang terbaik pada jasa transportasi *online Maxim* supaya para konsumen tidak akan berpaling ke transportasi online jenis lainnya.
2. PT Teknologi Perdana sebaiknya mempertahankan untuk lebih baik lagi pada keterjangkauan harga jasa transportasi *online Maxim* dengan yang ditawarkan mengenai jasa *Maxim*, supaya persepsi konsumen terhadap keterjangkauan harga transportasi *online Maxim* yang sudah positif ini dapat dipertahankan dan ditingkatkan lagi.