

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan sebelumnya, pada bab ini penulis akan menyimpulkan serta memberikan saran sebagai masukan dan pertimbangan untuk perusahaan yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan beberapa pembahasan mengenai Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Ojek *Online* Grab (Studi Kasus Mahasiswa/I Politeknik Negeri Sriwijaya), maka dapat disimpulkan bahwa dari kelima dimensi kepuasan pelanggan ini, terbukti bahwa:

1. Dari hasil kuisioner dan pembahasan bahwa Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Ojek *Online* Grab (Studi Kasus Mahasiswa/i Politeknik Negeri Sriwijaya) mendapatkan hasil yang sangat baik/sangat puas. Seperti yang terlihat pada skala pengukuran dimensi kepuasan pelanggan yaitu Kualitas Produk (*Product Quality*) sebesar 88,3%, Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) sebesar 86,2%, Harga (*Price*) sebesar 84,8%, Biaya (*cost*) sebesar 85,6%, dan Faktor Emosional (*Emotional Factor*) sebesar 85,5%.
2. Secara keseluruhan variabel dimensi kepuasan pelanggan, Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Ojek *Online* Grab (Studi Kasus Mahasiswa/i Politeknik Negeri Sriwijaya) mendapatkan persentase sebesar 86,06%, yang termasuk dalam kategori “Sangat Puas”. Variabel kepuasan pelanggan yang paling banyak diminati dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu Dimensi Kualitas Produk (*Product Quality*) dengan jumlah persentase yang diperoleh sebesar 88,3% dengan kategori “Sangat Puas”, dan persentase dimensi terendah yaitu dimensi Harga (*Price*) yaitu 84,8% yang termasuk dalam kategori “Sangat Puas”.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah penulis buat diatas, maka penulis dapat memberikan saran dalam penelitian ini, yaitu:

1. Aplikasi Ojek *Online* Grab merupakan aplikasi Ojek yang sudah sangat terkenal di Indonesia khususnya di Palembang oleh karena itu penulis menyarankan Aplikasi Ojek *Online* Grab untuk selalu mempertahankan yang sudah baik agar para pelanggan selalu puas dengan Aplikasi Ojek ini.
2. Seperti yang dapat dilihat pada pertanyaan ke 7 variabel Harga (*Price*), Dapat sekiranya mempertimbangkan untuk menyesuaikan harga karena banyaknya pengguna yang masih sekolah atau kuliah dan belum memiliki penghasilan, mereka banyak menunggu Promo yang diberikan Aplikasi Ojek ini dan pada pertanyaan ke 14 variabel Faktor Emosional (*Emotional Factor*), dapat sekiranya Grab agar terus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga tingkat kepuasan para pelanggan dapat meningkat agar para pelanggan tidak berpaling ke Aplikasi lainnya.