

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan. Kesimpulan yang penulis buat juga melahirkan saran yang diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan saran bagi perusahaan pada saat menentukan kebijakan selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang terdapat pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan berupa hasil yang diperoleh melalui pengolahan uji statistik parsial (uji t) menyatakan bahwa penawaran *voucher* diskon berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi Gojek. Pengaruh penawaran *voucher* diskon secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi Gojek pada mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Hal tersebut terbukti berdasarkan nilai t_{hitung} sebesar 19,483, sedangkan t_{tabel} bernilai 6,313 serta perbandingan taraf signifikan menunjukkan $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa penawaran *voucher* diskon berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi Gojek pada mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Diketahui pula bahwa penawaran *voucher* diskon (X) terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi Gojek (Y) berada pada taraf kuat, hal ini terlihat dari nilai koefisien yang terletak pada interval 0,70-0,90 atau sebesar 0,821. Besarnya pengaruh penawaran *voucher* diskon secara langsung terhadap keputusan penggunaan dapat pula dilihat pada nilai determinasinya sebesar 0,674 atau 67,4% dan 32,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian, pembahasan dan rumusan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan. Pada penelitian ini diketahui bahwa penawaran *voucher* diskon berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi Gojek, maka dari itu PT Gojek disarankan dapat menambah banyaknya penawaran *voucher* diskon agar konsumen yang sudah lama menggunakan layanan tersebut bisa mempertahankan pilihan kepada Gojek meskipun banyak layanan yang menawarkan produk sejenis.

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner yang dilakukan, ditemukan bahwa masih banyak responden yang merasa ragu atau kurang setuju jika penawaran *voucher* diskon ini sudah diketahui oleh banyak orang, maka dari itu diharapkan pihak dari PT Gojek dapat memperluas jangkauan promosi terutama *voucher* diskon agar lebih diketahui oleh masyarakat luas di setiap kalangan.

Keputusan masyarakat khususnya mahasiswa dalam menggunakan Gojek masih relatif tidak ditentukan oleh penawaran *voucher* diskon, oleh karena itu PT Gojek diharapkan dapat mengembangkan penawaran ini dan menciptakan strategi promosi lain sehingga akan lebih meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan tersebut. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan faktor-faktor atau variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas. Penulis berharap bahwa peneliti selanjutnya dapat melakukan pengembangan secara lebih luas dengan menggunakan populasi penelitian yang luas sehingga dapat menghasilkan generalisasi secara mendalam. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai inspirasi dan preferensi untuk mengembangkan penelitian yang lebih mendalam dan saling melengkapi antara satu dengan yang lain.