BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dari pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gojek Kota Bandung maka dapat disimpulkan menyatakan bahwa, karakteristik pengguna Gojek di Bandung, sebagian besar adalah Perempuan 69 %, dengan usia rata-rata 20-30 tahun sebesar 40 %, yang berasal dari kalangan anak SMA/SMK sebesar 39%, dengan rata-rata pendapatan per bulan Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 sebesar 30%. Maka dapat diambil beberapa kesimpulan yang turut memberikan jawaban terhadap rumusan masalah penelitian dan tujuan penelitian. Berikut kesimpulan yang ditarik peneliti terkait hasil penelitian yang didapat.

1. Berdasarkan skor total rekapitulasi kualitas pelayanan Gojek (X) sebesar 67.72%, dengan demikian kualitas pelayanan GoJek Kota Bandung termasuk kedalam kategori cukup baik dari hasil tanggapan responden. Perhitungan ini merupakan rekapitulasi secara keseluruhan dari semua indikator kualitas pelayanan, yakni bukti fisik, keandalan daya tangkap, jaminan dan empati. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} (5,094) > t_{tabel} (1,985) dengan tingkat signifikan 0.00 ≤ 0.05 maka berarti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian. Berdasarka hasil analisis besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sebesar 38,8% dan sisanya sebesar 21,8% yang tidak diteliti artinya, berdasarkan pendapat responden menunjukkan Gojek menindak lanjutin dengan cepat setiap pesanan dari konsumen, walaupun Gojek kurang memahami kebutuhan konsumen untuk transportasi cepat dan murah dikarenakan tidak semua masyarakat memahami tentang aplikasi internet.
2. Berdasarkan skor total rekapitulasi penetapan harga Gojek (X) sebesar 67.60%, dengan demikian penetapan harga GoJek Kota Bandung termasuk

kedalam kategori cukup baik dari hasil tanggapan responden. Perhitungan ini merupakan rekapitulasi secara keseluruhan dari semua indikator harga, yakni keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas layanan dan kesesuaian harga dengan manfaat. Variabel harga memiliki nilai t_{hitung} (4,359) > t_{tabel} (1,985) dengan tingkat signifikan 0,00 ≤ 0.05 maka berarti bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis besarya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 53,7% dan sisanya sebesar 23,3% tidak diteliti artinya berdasarkan pendapat responden menunjukkan harga yang di tetapan Gojek telah bersesuain dengan kualitas pelayanan yang diberikan walaupun Gojek kurang berupa meningkatkan kualitas layanan yang di berikan.

3. Berdasarkan nilai F_{hitung} yang didapatkan F_{hitung} (101,146) > F_{Tabel} (3,09) dengan tingkat signifikan 0.00 ≤ 0.05 maka berarti bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan atau bersamaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian. Dimana besar R^2 sebesar 67.6%, yang berarti kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh 67.6% terhadap keputusan pembelian Gojek Kota Bandung sedangkan sisanya sebesar 32.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini, Walaupun Gojek belum seluruhnya memberikan layanan kepada konsumen sesuai harga yang di keluarkan oleh konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti akan mengajukan saran-saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Ada pun saran-saran yang akan peneliti kemukakan adalah

1. Diharapkan perusahaan Gojek dapat meningkatkan kualitas layanan dengan cara mengoptimalkan pelayanan terhadap konsumen/pelanggan, cepat dan tanggap ketika terdapat pesanan dan ramah serta dapat

menunjukan sikap empati ketika konsumen membutuhkan sesuatu. Hasil menunjukkan pula bahwa pihak Gojek dinilai belum memiliki pemahaman yang optimal terhadap kebutuhan konsumen pada transportasi yang cepat yang murah, oleh karena itu diharapkan pihak Gojek dapat melatih setiap karyawannya sehingga terbiasa cepat dan memberikan pelayanan yang terbaik.

2. Pihak penyedia jasa juga diharapkan dapat menentukan harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan, serta dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat, hal ini perlu dilakukan sehingga keputusan pembelian terhadap Gojek menjadi semakin tinggi. hasil menunjukkan bahwa upaya pihak Gojek dalam meningkatkan pelayanan dan kesesuaian harga dengan manfaat dan harapan konsumen merupakan aspek yang dinilai paling rendah, oleh karena itu diharapkan menyesuaikan keinginan konsumen dengan apa yang diterima oleh konsumen.
3. Untuk meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian berulang maka diharapkan pihak perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang tepat sehingga konsumen tidak beralih untuk menggunakan perusahaan lain yang menyediakan jasa yang sejenis
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lainnya yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti strategi bauran pemasaran dan gaya hidup serta persepsi konsumen sehingga memberikan hasil yang lebih luas