

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode analisis PLS untuk menguji Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi online Grab di Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike artinya semakin baik Persepsi Harga maka semakin tinggi juga Kepuasan Pelanggan. Begitu juga sebaliknya, semakin buruk Persepsi Harga maka semakin rendah Kepuasan Pelanggan..
2. Variabel Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike artinya semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan terhadap promosi, maka akan semakin lemah dorongan pengguna grabbike untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Variabel Kualitas Layanan mampu memberikan kontribusi yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike artinya semakin baik Kualitas Layanan maka semakin tinggi juga Kepuasan Pelanggan. Begitu juga sebaliknya, semakin buruk Kualitas Layanan maka semakin rendah Kepuasan Pelanggan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang harus diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut :

1. Perusahaan Grab hendaknya tetap mempertahankan Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan diharapkan kedepannya lebih ditingkatkan lagi sehingga pelanggan tetap mendapatkan kualitas produk yang sesuai setelah menggunakan transportasi online Grabbike.
2. Perusahaan Grab hendaknya tetap mempertahankan Plubisitas dan diharapkan kedepannya lebih ditingkatkan lagi sehingga dapat memberikan informasi terkait layanan grabbike di berbagai media sosial maupun cetak agar lebih menarik dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Perusahaan Grab hendaknya tetap mempertahankan kualitas layanan yang Berwujud (*Tangibles*) dan diharapkan kedepannya lebih ditingkatkan lagi sehingga dapat memberikan layanan pada faktor keamanan dan kenyamanan saat berkendara agar lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Dalam penelitian ini penulis hanya membahas tiga variabel yang dijadikan faktor kepuasan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya mampu menambah variabel lain yang belum ada seperti citra merek dan kualitas sitem informasi sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Grabbike di Kota Surabaya.