

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh:

1. *Product (X1), Price (X2), Place (X3), People (X5), Process (X6), dan Physical Evidence (X7)* pada layanan Indrive Motor berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (M). *Promotion (X4)* pada layanan Indrive motor dikeluarkan karena terjadi multikolinieritas.
2. *Product (X1), Price (X2), Place (X3), People (X5), Process (X6), dan Physical Evidence (X7)* pada layanan Indrive motor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemakaian ulang (Y). *Promotion (X4)* pada layanan Indrive motor dikeluarkan karena terjadi multikolinieritas.
3. Kepuasan pelanggan (M) pada layanan Indrive Motor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemakaian ulang (Y).
4. Persamaan simultan pada layanan Indrive Motor ini didapatkan $Y = 1,645 X_1 + 1,686 X_2 + 2,058 X_3 + 2,137 X_5 + 2,138 X_6 + 1,693 X_7$

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Pihak Indrive dapat menyusun strategi promosi yang lebih terarah seperti pengoptimalan promosi melalui aplikasi, media sosial, dan berkolaborasi dengan *influencer* lokal untuk memperluas jangkauan. Serta manajemen dapat melakukan survei mini dalam aplikasi untuk mengetahui jenis promo apa yang paling disukai pengguna (misalnya diskon atau *cashback*).
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan mempertimbangkan faktor eksternal, seperti regulasi pemerintah, kondisi lalu lintas, dan faktor ekonomi yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan layanan transportasi *online*.