

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh:

1. Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penumpang (Y1) dengan nilai CR sebesar -0.081 dan t_{tabel} sebesar 1.746 ($t_{hitung} \leq t_{tabel}$), serta memiliki koefisien regresi sebesar -0.017.
2. Aksesibilitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penumpang (Y1) dengan nilai CR sebesar 0.886 dan t_{tabel} sebesar 1.746 ($t_{hitung} \leq t_{tabel}$), serta memiliki koefisien regresi sebesar 0.190.
3. Citra Merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penumpang (Y1) dengan nilai CR sebesar 2.287 dan t_{tabel} sebesar 1.746 ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$), serta memiliki koefisien regresi sebesar 0.779.
4. Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Ulang (Y2) dengan nilai CR sebesar 0.261 dan t_{tabel} sebesar 1.746 ($t_{hitung} \leq t_{tabel}$), serta memiliki koefisien regresi sebesar 0.084.
5. Aksesibilitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Ulang (Y2) dengan nilai CR sebesar -0.720 dan t_{tabel} sebesar 1.746 ($t_{hitung} \leq t_{tabel}$), serta memiliki koefisien regresi sebesar -0.214.
6. Citra Merek (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Ulang (Y2) dengan nilai CR sebesar -0.857 dan t_{tabel} sebesar 1.746 ($t_{hitung} \leq t_{tabel}$), serta memiliki koefisien regresi sebesar -0.801.

7. Kepuasan Penumpang (Y1) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Ulang (Y2) dengan nilai CR sebesar 1.803 dan ttabel sebesar 1.746 ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$), serta memiliki koefisien regresi sebesar 1.786.
8. Persamaan model simultan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah $Y_2 = 0,037 X_1 + 0,315 X_2 + 1,369 X_3$. Persamaan ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Aksesibilitas, Citra Merek, dan Kepuasan Penumpang memiliki kontribusi terhadap Penggunaan Ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis empiris yang telah dilakukan, saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, manajemen Suroboyo Bus disarankan untuk untuk memprioritaskan peningkatan kepuasan penumpang sebagai strategi utama, mengingat variabel tersebut terbukti mendorong penggunaan ulang layanan. Upaya penguatan citra merek sebagai transportasi publik yang inovatif, ramah lingkungan, dan memiliki identitas yang kuat perlu dilakukan secara konsisten melalui komunikasi dan diferensiasi layanan yang berkelanjutan. Meskipun kualitas pelayanan dan aksesibilitas tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan, pengelola tetap harus memastikan standar operasional berjalan optimal melalui ketepatan waktu, pemeliharaan armada, serta penyediaan informasi perjalanan yang akurat, terutama untuk memenuhi kebutuhan mayoritas pengguna yang didominasi oleh perempuan, usia produktif, dan karyawan. Pendekatan yang terarah pada

pengalaman pengguna dan penguatan branding secara simultan diharapkan mampu meningkatkan loyalitas serta keberlanjutan penggunaan Suroboyo Bus sebagai transportasi publik di Kota Surabaya.

2. Bagi peneliti berikutnya yang tertarik untuk mengkaji topik yang serupa, disarankan agar memperluas lingkup penelitian dengan memasukkan variabel-variabel lain yang relevan dan berkaitan, serta merumuskan langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan secara nyata oleh perusahaan.