

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi online pada Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Berdasarkan pada hipotesis yang telah dipaparkan di atas, hasil dari pengolahan pada data dan juga pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Kualitas Pelayanan Maxim berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa transportasi online pada Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Promosi Maxim berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa transportasi online pada Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Kualitas Pelayanan dan Promosi Maxim secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online pada Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Berdasarkan hasil dimana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa menciptakan pengalaman yang positif untuk konsumen pada akhirnya akan keberhasilan jangka Panjang pada Perusahaan. Berdasarkan hasil dimana promosi berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa membangun fondasi yang kuat dalam persaingan pasar yang ada dengan menampilkan hal-hal baru dalam menyampaikan promosi. Berdasarkan hasil dimana kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa memberikan landasan yang kuat dalam pertumbuhan berkelanjutan, diferensiasi di pasar yang kompetitif dan Pembangunan hubungan yang kokoh dengan pengguna.

5.2 Saran

Pada penelitian ini mungkin terdapat beberapa kendala yang berdampak pada temuan penelitian, dan penulis juga masih menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis memberikan saran agar menjadi gambaran dan bahan evaluasi untuk peneliti selanjutnya. Berikut beberapa saran oleh penulis berdasarkan temuan penelitian:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat memperhatikan hasil penelitian ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi. Ada beberapa kualitas pelayanan yang terkadang masih membuat pelanggan merasa tidak nyaman dan untuk harga di sesuaikan agar dapat bersaing dengan yang lainnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan penggunaan kembali pada Maxim, Maxim harus tetap memberikan pelayanan dan promosi yang baik pada dimensi-dimensi lainnya atau pada layanan lainnya juga.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai analisis Kualitas Pelayanan dan promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim.

3. Bagi Peneliti

Selanjutnya Agar penelitian selanjutnya dapat mempelajari lebih lanjut tentang aspek-aspek yang mungkin mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, sebaiknya memasukkan lebih banyak variabel selain Kualitas Pelayanan dan promosi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu pada jumlah responden hanya 100 responden, sehingga data yang diperoleh belum dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Penelitian ini hanya melihat analisis dari variabel kualitas pelayanan, promosi, terhadap kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan hanya berupa angket dan tidak menggunakan teknik wawancara mendalam, sehingga data yang diperoleh hanya berupa tanggapan terhadap pilihan yang dikembangkan.