

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dalam penelitian mengenai Pengaruh *Customer review*, Kualitas layanan Terhadap Minat Penggunaan Yang Di Mediasi Oleh *Brand Trust* Pada transportasi online Maxim di generasi Z. Penelitian ini berjumlah 121 responden pada akhirnya telah dilakukan analisa maka bisa diambil ikhtisar, sebagai berikut:

1. Variabel *Customer review* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Trust* pada Maxim. Hal ini berarti dengan Kepercayaan Generasi Z Responden penelitian mayoritas dari generasi Z (usia 21-30 tahun), yang sangat mengandalkan ulasan digital untuk mengambil keputusan. Mereka memercayai pengalaman pengguna sebelumnya lebih dari komunikasi resmi perusahaan.
2. Variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap *Brand Trust* pada Maxim. Hal ini karena dengan Kualitas layanan merupakan faktor yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan *Brand Trust* pada layanan transportasi online Maxim. Dengan terus berupaya meningkatkan kualitas layanan, Maxim dapat memperkuat posisinya di pasar dan menjadi pilihan utama bagi konsumen.
3. Variabel *Brand Trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan Layanan pada Maxim. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun *Brand Trust* dianggap sebagai faktor penting dalam mempengaruhi keputusan

konsumen, namun dalam konteks layanan transportasi online Maxim, faktor-faktor lain seperti harga, promosi, dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang lebih dominan. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam industri yang sangat kompetitif seperti transportasi online, konsumen cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat fungsional dan transaksional.

4. Variabel *Customer review* berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Layanan pada Maxim. Hal ini dikarenakan Ulasan pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi minat penggunaan layanan Maxim. Dengan mengelola ulasan pelanggan secara efektif, Maxim dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan pada akhirnya meningkatkan jumlah pengguna.
5. Variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Layanan pada Maxim. Hal ini disebabkan karena Kualitas layanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan minat penggunaan layanan Maxim. Dengan memberikan kualitas layanan yang unggul, Maxim dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan pangsa pasar.
6. Variabel *Customer review* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan yang di mediasi oleh *Brand Trust* pada Maxim. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun ulasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan merek Maxim, pengaruh ini tidak diteruskan secara signifikan ke minat penggunaan layanan.
7. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Layanan yang di Mediasi oleh *Brand Trust* pada maxim. Dari Hasil penelitian

ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan penting, pengaruhnya terhadap minat penggunaan layanan Maxim tidak secara langsung dimediasi oleh kepercayaan merek. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain, seperti persepsi nilai dan pengalaman masa lalu, mungkin memainkan peran yang lebih besar dalam membentuk minat penggunaan layanan.

5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran

1. Keterbatasan Penelitian

Berikut merupakan sejumlah keterbatasan pada penelitian ini :

- Penelitian ini hanya meneliti beberapa variabel penelitian yaitu, variabel *Customer review*, citra kualitas pelayanan, *Brand Trust* terhadap minat penggunaan layanan . Objek dari penelitian ini pun hanya menggunakan transportasi online Maxim dengan berfokus pada masyarakat generasi z di daerah bekasi.
- Terbatas dalam jumlah sampelnya yaitu sekadar sebanyak 121 orang.

2. Saran

Berkenaan dengan implikasi dan saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu :

- Peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel bebas lain serta dapat meneliti dan menggali fenomena yang lebih dalam lagi yang terjadi pada generasi Z yang menggunakan transportasi online Maxim ataupun yang lainnya.
- Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel & lokasi penelitiannya serta melakukan perbandingan antar transportasi online lainnya untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat.