BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor 1 Anggota faktor ini adalah Reability, Praktis, kemudahan mendownlod aplikasi, jam operasional, features, mengikuti tren, praktis. Dengan melakukan generalisasi dari ke tujuh variabel tersebut, faktor 1 selanjutnya dinamakan sebagai faktor produk.
2. Faktor 2 Anggota faktor ini adalah ramah, mudah, positoning jasa yang ditawarkan, kebutuhan, kecepatan pemabayaran, kenyamanan pelanggan. Dengan melakukan generalisasi dari ke enam variabel tersebut, faktor 2 selanjutnya dinamakan sebagai faktor proses
3. Faktor 3 Anggota faktor ini adalah desan web, persepsi konsumen, simpatik, kecepatan pembayaran, kecepatan layanan, reliability, desain web. Dengan melakukan generalisasi dari ketujuh variabel tersebut, faktor 3 selanjutnya dinamakan sebagai faktor orang.
4. Faktor 4 Anggota faktor ini adalah promosi penjualan, desain web, iklan. Dengan melakukan generalisasi dari ke tiga ariabel tersebut, faktor 4 selanjutnya dinamakan lingkungan fisik.
5. Faktor 5 Anggota faktor ini adalah persaingan, stuktur biaya. Dengan melakukan generalisasi dari ke dua variabel tersebut, faktor 5 selanjutnya dinamakan sebagai faktor harga

6. Faktor 6 Anggota faktor ini adalah iklan dan performance. Dengan melakukan generalisasi dari kedua variabel tersebut, faktor 6 selanjutnya dinamakan sebagai faktor distribusi.
7. Faktor 7 Anggota faktor ini adalah pemasaran langsung. Dengan melakukan generalisasi dari satu variabel tersebut, faktor 7 selanjutnya dinamakan sebagai faktor promosi.
8. Faktor yang paling dipertimbangkan konsumen GrebBike di kabupaten Tulungagung yaitu harga.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka penelitian menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya

   Berdasarkan hasil analisis pada pembahasan, penulis hanya membahas mengenai analisis faktor dengan metode *participal component* dalam pembentukan faktor, sehingga pembaca dapat menggunakan metode yang lain seperti *common factor* atau *maximum likehood method* serta menambah variabel atau responden. Penambahan teori baik islam maupun konvensional dan penelitian terdahulu guna menunjang penelitian selanjutnya.

2. Bagi perusahaan Grab

   Kepada perusahaan yang bersangkutan yakni Grab di Kabupaten Tulungagung untuk meningkatkan produk hendaknya perusahaan

tersebut lebih memaksimalkan pelayaan agar dapat bersaing dengan ojek online lainnya

3. Bagi akademik

   Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.