

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh citra merek, kualitas jasa, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen ojek *online* Grab (studi kasus pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung) yang diolah dengan menggunakan SPSS 16.0, maka peneliti menemukan hasil dan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama dari variabel citra merek berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen ojek *online* Grab mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penyebaran angket atau kuesioner, sebagian besar responden memilih jawaban setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek mempengaruhi kepuasan konsumen ojek *online* Grab mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua dari variabel kualitas jasa berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen ojek *online* Grab mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung. Hal tersebut dibuktikan dari hasil penyebaran angket atau kuesioner, sebagian besar responden memilih jawaban setuju. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa mempengaruhi kepuasan konsumen ojek *online* Grab mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga dari variabel nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen ojek *online* Grab mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung. Hal tersebut dibuktikan dari hasil penyebaran angket atau kuesioner, sebagian besar responden memilih jawaban setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan konsumen ojek *online* Grab mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung.
4. Hasil pengujian hipotesis bersama-sama antara citra merek, kualitas jasa, dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen ojek *online* Grab mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek, kualitas jasa dan nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan konsumen ojek *online* Grab mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung.

B. Saran

Adapun saran yang diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Grab

- a. Diharapkan ojek *online* Grab tetap mempertahankan citra merek yang dimiliki dan sudah dipandang baik oleh masyarakat. Sehingga dengan citra merek yang baik, masyarakat akan tetap menggunakan jasa ojek *online* Grab dan juga mampu menarik perhatian kepada masyarakat yang belum pernah menggunakan jasa ojek *online* Grab.
- b. Diharapkan ojek *online* Grab tetap mempertahankan kualitas jasa yang dimiliki. Sehingga dengan baiknya kualitas jasa yang dimiliki akan membuat konsumen merasa puas dan menarik konsumen lain yang belum pernah menggunakan jasa ojek *online* Grab.
- c. Diharapkan ojek *online* Grab tetap mempertahankan nilai pelanggan yang telah didapatkan dari para konsumen dan juga meningkatkan jasa yang disediakan. Sehingga konsumen akan memberikan penilaian yang baik terhadap jasa ojek *online* Grab.

2. Bagi Mahasiswa Selaku Konsumen

Mahasiswa selaku konsumen ojek *online* diharapkan cermat dalam memilih dan menggunakan jasa ojek *online* yang mempunyai citra merek, kualitas jasa, serta nilai pelanggan yang baik agar bisa merasakan kepuasan ketika menggunakan jasa ojek *online*.

3. Bagi Akademik

Dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan citra merek, kualitas jasa, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen. Akan

tetapi, dari peneliti hal ini masih banyak kekurangan dalam kajian maupun teori yang digunakan untuk mendukung pengerjaan penelitian ini, sehingga diharapkan ada penelitian lanjutan yang lebih mendalam supaya memberikan hasil yang sesuai dengan suatu kondisi.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam hal kepuasan konsumen. Peneliti menghimbau untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih luas serta bervariasi untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen dari ojek *online*. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan serta keterbatasan, sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.