

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online Maxim* Di Yogyakarta, dapat disimpulkan:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi *online Maxim* di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan jasa Maxim, maka semakin naik keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang dimiliki oleh maxim saat ini sudah cukup bagus akan tetapi masih ada beberapa aspek yang menurut masyarakat belum memenuhi ekspektasi masyarakat. Pada aspek bukti fisik memiliki nilai rata-rata tertinggi dan nilai terendah pada aspek jaminan. Untuk bisa meningkatkan nilai pada keputusan pembelian maka maxim juga harus meningkatkan nilai pada kualitas pelayanan pada aspek jaminannya.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi *online Maxim* di Yogyakarta. Pada hasil analisis mengatakan jika harga merupakan faktor yang menjadi perhatian konsumen pada saat melakukan pembelian. Pada penelitian ini harga sudah memberikan tarif yang sesuai dengan jarak lokasi pada

nilai rata-rata tertinggi dan nilai rata-rata terendah pada aspek potongan harga (diskon). Untuk bisa meningkatkan nilai pada keputusan pembelian maka maxim juga harus memperhatikan tarif harga yang diberikan pada konsumen.

3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi *online* Maxim di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan apabila citra merek yang semakin baik, akan membuat keputusan pembelian meningkat. Pada penelitian ini mengatakan jika citra merek yang dimiliki maxim pada aspek ketepatan memiliki nilai rata-rata paling tinggi dan pada aspek keunggulan memiliki nilai rata-rata paling rendah. Untuk bisa meningkatkan nilai pada keputusan pembelian maka maxim juga harus memperhatikan citra merek yang dimiliki maxim pada aspek keunggulan.
4. Kualitas pelayanan, harga, dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi *online* Maxim di Yogyakarta. Dapat dilihat pada nilai *Adjusted R-Square* 0.476. Sehingga variabel independen (kualitas pelayanan, harga, dan citra merek) mempengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian) 47.6%, dan 52.4% lainnya dipengaruhi variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini. Dimana untuk bisa meningkatkan nilai pada keputusan pembelian maxim harus meningkatkan kualitas pelayanan, harga, dan citra mereknya secara simultan. Untuk mencapai keputusan pembelian yang meningkat

maxim tidak bisa hanya meningkatkan kualitas pelayanan atau harga atau citra mereknya saja, tetapi harus secara bersama-sama.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

- a) Mempertahankan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu juga perlu meningkatkan beberapa aspek salah satunya yaitu pada aspek jaminan agar dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen karena pada aspek tersebut memiliki nilai yang paling rendah dari aspek lainnya sehingga nantinya dapat membantu untuk menaikkan keputusan pembelian pada jasa transportasi *online* Maxim.
- b) Harga layanan Maxim harus sesuai daya beli konsumen serta mampu bersaing dengan perusahaan lain. Jika harga terlalu tinggi dan tidak sesuai kualitas layanan yang diterima maka pelanggan akan beralih pada perusahaan lain. Namun, jika harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang diterima maka konsumen akan merasa puas. Selain itu, Maxim juga disarankan untuk lebih sering memberikan diskon pada hari-hari khusus seperti hari besar, karena konsumen akan lebih memilih untuk melakukan pembelian barang atau jasa jika terdapat diskon, karena pada aspek itu memiliki nilai kecil.
- c) Untuk meningkatkan citra merek, Maxim diharapkan meningkatkan aspek pengenalannya karena pada aspek tersebut

memiliki nilai paling kecil dari aspek lainnya. Cara yang bisa dilakukan agar meningkatkan aspek pengenalan yaitu melakukan promosi menggunakan *brand ambassador* yang banyak dikenal oleh masyarakat dan juga meningkatkan iklan. Sehingga nantinya citra merek yang dimiliki oleh maxim akan semakin meningkat dan juga keputusan pembelian akan meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar menambah variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini karena pada hasil penelitian menunjukkan sebesar 52.4% terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti promosi, kepuasan pelanggan, dan juga kemudahan penggunaan berdasarkan jurnal lain yang juga berkaitan dengan keputusan pembelian.