

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen Maximbike pada Mahasiswa/i Universitas Dinamika Bangsa Jambi” yaitu:

1. Berdasarkan hasil dari pengolahan data bahwa pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Maximbike pada Mahasiswa/i Universitas Dinamika Bangsa Jambi.
2. Berdasarkan hasil dari pengolahan data bahwa pada variabel harga layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Maximbike pada Mahasiswa/i Universitas Dinamika Bangsa Jambi.
3. Berdasarkan hasil dari pengolahan data bahwa pada variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Maximbike pada Mahasiswa/i Universitas Dinamika Bangsa Jambi.
4. Berdasarkan hasil dari pengolahan data bahwa variabel kualitas pelayanan, harga layanan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Maximbike pada Mahasiswa/i Universitas Dinamika Bangsa Jambi.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yang diajukan terhadap pihak yang terkait dalam penelitian, yaitu:

1. Maxim untuk Maximbike terus meningkatkan SOP pelayanan *driver* terhadap konsumen karena ini menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen, strategi penetapan harga yang harus bersaing tetapi juga terjangkau oleh konsumen, dan ,meningkatkan kualitas aplikasi dari berbagai error dan bug, serta meningkatkan kualitas fitur dan map. Sehingga, mampu membuat maxim mencapai visinya terutama dalam meningkatkan kepuasan konsumen terutama pada Mahasiswa/i Universitas Dinamika Bangsa Jambi.
2. Pada penelitian ini, peneliti hanya menyebutkan tiga variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen maximbike pada Mahasiswa/i Universitas Dinamika Bangsa Jambi. Saran untuk peneliti berikutnya untuk menambahkan variabel lain agar bisa menggali lebih banyak lagi faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga layanan, dan kemudahan penggunaan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dijadikan dasar bagi pengembangan model teoritis baru yang lebih spesifik. Terutama pada aspek psikologi seperti kepercayaan merek atau harapan konsumen setelah pembelian yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat memberikan wawasan yang baru.