

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah yang di ajukan, hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh citra merek, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi ojek online Grab. serta didukung dengan teori-teori yang melandasi pada bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian tersebut diperoleh ada pengaruh secara simultan variable Citra Merek (X1), Nilai Pelanggan (X2), Kepuasan Pelanggan (X3) dan Kepercayaan Pelanggan (X4) dimana F hitung sebesar 4,089 yang nilainya lebih besar dari F tabel 2,72, maka dapat disimpulkan ada pengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (X1) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa transportasi ojek online Grab dengan nilai t hitung variabel citra merek -1,010 lebih kecil dari t tabel 1,98932 dengan signifikan 0,316 lebih besar dari 0,05. Sedangkan nilai pelanggan(X2) dengan nilai t hitung -2,210 lebih besar dari t tabel 1,98932, dan dengan signifikan 0,030 lebih kecil dari 0,05, kepuasan pelanggan (X3) dengan nilai t hitung 2,508 lebih besar dari t tabel 1,98932, dan dengan signifikan 0,014 lebih kecil dari 0,05 dan

kepercayaan pelanggan (X4) dengan nilai t hitung 2,968 lebih besar dari t tabel 1,98932, dan dengan signifikan 0,004 lebih kecil dari 0,05 yang artinya berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait diatas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi ojek online Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang adalah nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan. Diharapkan perusahaan Grab terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan berusaha memprioritaskan kepuasan pelanggan agar pelanggan tetap setia dalam menggunakan jasa transportasi ojek online Grab.
2. Untuk meningkatkan keinginan pelanggan agar pelanggan melakukan pembelian berulang maka disarankan kepada pihak perusahaan Grab untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang tepat sehingga pelanggan tidak beralih untuk menggunakan jasa transportasi ojek lain yang menyediakan jasa yang sejenis.
3. Di harapkan perusahaan Grab memberi sanksi yang tegas kepada driver yang nakal seperti sengaja memperlambat menjemput pelanggan, berlaku

tidak sopan, berkendara ugal-ugalan dan penambahan biaya melebihi dari kebijakan perusahaan Grab. Hal ini perlu dilakukan agar citra merek Grab tetap baik dimata pelanggan setianya.

4. Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya agar memperluas wilayah penelitian dan menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan.sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan selain citra merek, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauji, Ricky. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Studi Kasus pada Konsumen Go-jek Pengguna Layanan Go-ride di Kota Yogyakarta*. Skripsi
- Firdaus, Hadi. 2017. *Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam menggunakan jasa Go-Jek(studi kasus pada masyarakat kel.pahlawan kota Palembang*:skripsi
- Diakses dari <https://www.grab.com>, Pada tanggal 14 Agustus 2018.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Rully, Arlan. 2009. *Manajemen Kewirausahaan*. Bandung: cv Pustaka Setia
- Surachman. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayu Media Publisng
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center of Academic Publisng Service
- Tri Ratnasar, Ririn. 2011. *Manajemen Pemasaran jasa*. Bogor: Indo Citra Media.
- Spekman. 2010. *kepercayaan konsumen dalam pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Mamang Sangadji, Ettadan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta : ANDI, 2015
- Griffin, Risky W. 2010. *Manajemen Edisi 7 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Jill, Griffin. 2005. *Custtomer Loyalty: Menumbuhkan & mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Jakarta: Indeks
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS
- Rangkini, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Intgrated Marketing Comunication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Surachman.2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*.Malang: Bayumedia Publishing
- Juni Priansa,Donni.2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.Bandung:Alfabeta
- Philip Kotler.2007.*Manajemen Pemasaran*.Jakarta : PT Malanan Jaya Cemerlang
- Tjibtono,Fandy.2005.*Strategi Pemasaran*.Yogyakarta:Andi Offset
- Lupiyoadi,Rambat.2008.*Manajemen Pemasaran*.Jakarta:Selemba Empat
- Tjiptono, Fandy.2011.*Pemasaran Jasa*.Yogyakarta: Bayumedia Publishing
- Tjiptono ,Fandy.2004 *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*.Yogyakarta:Andi Offset
- Morgan dan Hunt.1994. The Commitmen- Trust Theory of Relationship Marketing.*Journal of Marketing*
- Malahayati.2010.*Rahasia Sukses Bisnis Rosulullah*.Yogyakarta: Jogja Great Puplicher
- Departemen Agama RI.2010. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.Bandung: CV. Penerbit Diponegoro
- Ayu, Gek Winda Natha P. dan Aditya Wardhana.2016.*Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi pada Pelanggan Kartu SimPATI di kota Denpasar)*.e-Proceeding of Management
- Al Fian,Junai dan Tri Yuniati.2016. *Pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan AUTO 2000 Sungkono Surabaya*.Jurnal: Ilmu dan Riset Manajemen
- Hengestu, Nelsen dan Donant Alanando Iskandar.2017.*Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum dalam Kemasan*.Jurnal: Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIAT
- Akbar Firdaus, Bachrudin dan Sasi Agustin.2017. *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Sakina Supermarket Surabaya*.Jurnal: Ilmu dan Riset Manajemen
- Hia,Yulna Dewita.2016.*Pengaruh Nilai Pelanggan, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di D'ladies Padang*.Journal: of Economic Education
- Andini Lantuka, Ikka, Silvya L Mandey dan Agusta L Repi.2017.*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap*

- Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Fasfood Pizza Hut DI Manado Town Square.*Jurnal: EMBA
- Kusumadewi, R. Neni.2017.*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko UD. Putra TS Majalengka.*Jurnal :Ilmiah Manajemen & Akutansi
- Dermawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif.*Bandung: PT Remaja Rosdakarya Suharmini dan Arikunto.2014.*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.*Jakarta: Reneka Cipta
- Sujarweni, V.Wiratna.2015.*Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi.*Yogyakarta: Pustaka baru press
- Muhajirin dan Maya panorama.2017. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif.*Yogyakarta:Idea Press
- Bagian BAK Akademika FEBI.2018.*data Mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2016.*Palembang:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
- Azuar Juliandi, Irfan dan Saprinal Manurung.2014. *Metode Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi.*Medan: UMSU Pres
- Husein, Umar.2010. *Metode Riset dan Perilaku Konsumen.*Jakarta:Erlangga
- Juliansyah.2015.*Metode Penelitian, Skripsi, tesis, disertai,dan karya ilmiah.*Jakarta: Kencana Pramedia Gruop
- Sabera Adib,Helen.2016.*Metodologi Penelitian.*Palembang: Noerfikri Offist
- Mashuri dan Zainuddin.2011. *Metode Penelitian.*Bandung: Refika Aditama
- Sugiyono.2014.*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D.*Bandung: Alfabeta
- Sufyan dan Yonathan Natanael.2014.*Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto.2016.*Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews).*Jakarta : Rajawali Pers
- Sugiyono.2017.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*Bandung: Alfabeta

- Ghozali, Imam.2006.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro
- Priyatno, Duwi.2009.*SPSS (untuk analisis korelasi, regresi, dan multivariate)*.Yogyakarta: Gava Media
- Hadi,Sutrisno.2000.*Seri Program Statistic-versi 2000*.Yogyakarta: Universitas Gaja Mada
- Tri Basuki, Agus dan Nano Prawoto.2016.*Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis(dilengkapi aplikasi SPSSdan eviews) cet-1*.Jakarta: Rajawali Pers
- Priyatno, Duwi.2009.*SPSS (untuk analisis korelasi, regresi, dan multivariate)*.Yogyakarta: Gava Media

