

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti tampilkan pada bagian sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan secara umum sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada para mahasiswa pengguna Uber di Universitas Kristen Maranatha, dimana sebesar 13,1% Loyalitas Pelanggan pada para responden pada para mahasiswa pengguna Uber di Universitas Kristen Maranatha, kota Bandung dipengaruhi oleh kepuasan pelayanan.
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan pada para mahasiswa pengguna Uber di Universitas Kristen Maranatha, dimana sebesar 36,7% Loyalitas Pelanggan pada para responden pada para mahasiswa pengguna Uber di Universitas Kristen Maranatha, kota Bandung dipengaruhi oleh ekuitas merek.
- Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kepuasan pelayanan dan ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan pada para mahasiswa pengguna Uber di Universitas Kristen Maranatha dimana sebesar 58,7% Loyalitas Pelanggan pada para responden pada para mahasiswa pengguna Uber di Universitas Kristen Maranatha, kota Bandung dipengaruhi oleh kepuasan pelayanan dan ekuitas merek secara bersama-sama.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti dapat memberikan rekomendasi sebagai berikut:

- perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Untuk itu, Uber dapat terus meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan berkualitas, sesuai dengan harapan para konsumen.
- Perusahaan dapat memunculkan ekuitas merek yang kuat, bahwa Uber merupakan aplikasi yang berkualitas dan dapat memberikan nilai tambah penggunaan aplikasi Uber
- Peneliti menyarankan untuk item dengan rata-rata paling rendah di variabel kualitas layanan, yaitu item no. 2, yang berbunyi “Uber selalu menjaga kebersihan mobil, baik bagian luar maupun bagian dalam mobil.”, untuk diganti dengan item “Driver Uber menjaga kebersihan mobil, untuk memastikan mobil siap digunakan”, untuk lebih mewakili variabel yang diteliti.
- Peneliti menyarankan untuk item dengan rata-rata paling rendah di variabel Ekuitas merek, yaitu item no. 7 yang berbunyi yang berbunyi “aplikasi Uber adalah aplikasi dengan cara pengoperasian yang sangat mudah.” untuk diganti dengan item “Aplikasi Uber memiliki kemudahan untuk dioperasikan”, untuk lebih mewakili variabel yang diteliti.
- Peneliti menyarankan untuk item dengan rata-rata paling rendah di variabel LOyalitas konsumen , yaitu item no. 2 yang berbunyi yang berbunyi “Secara keseluruhan anda lebih sering menggunakan Uber dibandingkan taksi merk lain.” untuk diganti dengan item

“saya lebih sering menggunakan Uber dibandingkan taksi merek lain”, untuk lebih mewakili variabel yang diteliti.

