

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Harga berdampak positif dan nyata terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil uji t terlihat bahwa harga yang ditawarkan oleh layanan ojek online, terutama Gojek, dianggap murah dan cocok dengan kualitas layanan yang diterima, sehingga mampu meningkatkan rasa puas pelanggan.
2. Kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan. Layanan yang baik mencakup ketepatan waktu, sikap sopan pengemudi, serta kemudahan dalam menggunakan aplikasi, sehingga dinilai sangat memuaskan oleh konsumen dan langsung meningkatkan rasa puas mereka.
3. Harga dan kualitas layanan secara bersamaan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil uji F dan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut secara bersamaan memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan pengguna ojek online di wilayah Margonda, Depok.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan penyedia layanan ojek online seperti Gojek tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam hal kecepatan merespons dan kenyamanan pengguna. Selain itu, perlu dilakukan penyesuaian harga yang masuk akal serta promosi yang menarik agar tetap bisa

bersaing dengan perusahaan lain dan menjaga kepercayaan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

