

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN, SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan dengan hasil sebagai berikut:

1. Persepsi Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi Grab.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi Grab.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada jasa transportasi Grab.
4. Persepsi Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang pada jasa transportasi Grab.
5. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada jasa transportasi Grab.
6. Kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara persepsi kualitas pelayanan dan minat beli ulang pada jasa transportasi Grab.
7. Kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara persepsi harga dan minat beli ulang pada jasa transportasi Grab.

B. Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yaitu, antara lain:

1. Penelitian ini masih memiliki ruang lingkup populasi yang cukup sempit, yaitu hanya sebatas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja.
2. Penelitian ini hanya menganalisis 4 variabel, yaitu variabel persepsi kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.

C. Saran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya agar bisa melaksanakan dan mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi ke depannya yaitu, antara lain:

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa memperluas ruang lingkup populasinya.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa menambah jumlah sampel yang diteliti agar bisa mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat.
3. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa menganalisis variabel bebas yang lainnya, agar nantinya dapat diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen dan minat beli ulang.
4. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa menganalisis variabel mediasi yang lainnya selain variabel kepuasan pelanggan, agar nantinya bisa diketahui variabel apa yang mampu memediasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat minat beli ulang.

5. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mencoba menerapkan model penelitian ini ke objek penelitian lain yang sejenis dengan jasa transportasi Grab.