

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan, maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa citra merek Go-Jek terhadap jasa layanan yang diberikan sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari dimensi *strength of brand association* yang mempunyai rata-rata tertinggi sebesar 73% pada citra merek dengan kontribusi responden yang menjawab setuju sebanyak 77 orang yang merasa Go-Jek adalah jasa transportasi online yang professional. Kemudian berdasarkan hasil penelitian ini bahwa kepuasan pelanggan Go-Jek tergolong tinggi. Hal ini dapat dilihat dari dimensi kualitas produk atau jasa yang mempunyai rata-rata tertinggi sebesar 57% pada kepuasan pelanggan dengan kontribusi responden yang menjawab setuju sebanyak 59 orang yang merasa pelanggan jarang merasa keluhan terhadap pelayanan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dengan kepuasan pelanggan Go-Jek. Dengan besarnya pengaruh 0,409 atau 40,9% dan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari alpha sebesar 0,05. Sedangkan sisanya

sebesar 0,591 atau 59,1% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam karya ilmiah ini.

B. Saran

Berdasarkan analisa data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa tidak perlu khawatir dengan layanan Go-Jek karena dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek Go-Jek masih cukup tinggi. Oleh karena itu penulis mengharapkan agar pelanggan tetap memilih Go-Jek sebagai pilihan utama jasa transportasi online.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi akademis yang ingin melakukan penelitian sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain citra merek, karena dari penelitian ini diketahui 59,1% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.