

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang taksi *Blue Bird*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada taksi *Blue Bird* tergolong baik terutama pada bukti fisik terutama pada armada yang digunakan dalam kondisi prima. Selain itu, ditunjang pula dengan kesesuaian identitas pengemudi, *Costumer Service* dapat dengan mudah memahami keluhan konsumen, pengemudi selalu bersikap sopan dan pengemudi selalu memberi salam. Hasil ini juga menunjukkan bahwa minat beli ulang pada taksi *Blue Bird* tergolong tinggi hal ini ditunjang dengan konsumen bersedia untuk merekomendasikan menggunakan taksi *Blue Bird* kepada keluarga atau teman
2. Hasil dari analisis statistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang jika dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  yaitu  $7,516 > 1,984$  dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,00 < 0,05$ . Selain itu pengaruh tersebut tergolong kuat dan besar karena memiliki nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,605 dan nilai koefisien

determinasi (D) yaitu sebesar 0,366 yang berarti bahwa sebesar 36,6% variasi variabel minat beli ulang dijelaskan oleh variasi variabel kualitas pelayanan dan sisanya sebesar 63,4% dijelaskan oleh variasi variabel bebas lainnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan analisis data, pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Masyarakat

Masyarakat tidak perlu merasa ragu lagi dalam menggunakan taksi *Blue Bird* karena berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih tergolong baik, nyaman dan aman. Oleh karena itu peneliti mengharapkan agar konsumen kembali menggunakan *taksi Blue Bird* dan yang sudah menggunakan agar tidak beralih menggunakan transportasi taksi yang lain

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis disarankan untuk meneliti variabel lain selain Kualitas Pelayanan, karena pada penelitian ini diketahui 63,4% masih ada faktor lain yang mempengaruhi minat beli ulang misalnya harga, promosi, dan *brand image*