

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Alana Trans Surabaya yang dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Harga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Alana Trans Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas pelayanan, sebanding dengan manfaat yang diperoleh, kompetitif, serta disampaikan secara jelas dan transparan mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, variabel harga merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel independen lainnya.
2. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Alana Trans Surabaya. Kondisi armada yang terawat, ketepatan waktu dalam memberikan layanan, responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan, profesionalisme pengemudi, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan menjadi faktor yang berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Alana Trans Surabaya. Berbagai kegiatan promosi yang dilakukan melalui media digital, pemberian program potongan harga, komunikasi yang efektif dengan pelanggan, serta citra perusahaan yang baik mampu membangun persepsi positif pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan terhadap layanan yang diterima.
4. Secara simultan, variabel harga, kualitas pelayanan, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Alana

Trans Surabaya. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 79,9% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 20,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diselesaikan, penulis memberikan beberapa hal sebagai berikut.

5.2.1 Bagi CV. Alana Trans Surabaya

1. Mempertahankan strategi harga yang kompetitif dan transparan sehingga pelanggan tetap merasakan manfaat yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.
2. Terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan kebersihan armada, ketepatan waktu pelayanan, keramahan karyawan, profesionalisme driver, serta kecepatan dalam menangani keluhan pelanggan.
3. Mengembangkan strategi promosi digital yang lebih inovatif melalui media sosial, program loyalitas pelanggan, pemberian diskon pada periode tertentu, serta memanfaatkan ulasan pelanggan sebagai media promosi.
4. Melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala sebagai dasar evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing perusahaan.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Sertakan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas armada, citra bisnis, kepercayaan pelanggan, kemudahan penggunaan aplikasi pemesanan, loyalitas pelanggan, atau kualitas hubungan pelanggan.
2. Memperluas objek penelitian pada perusahaan rental mobil lain sehingga hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.
3. Menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan mixed methods atau Structural Equation Modeling (SEM), agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.