BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab-bab terdahulu, dapat disimpulkan :

1. Hasil analisis deskriptif pada variabel aksesibilitas berada pada kategori setuju , dengan hasil tertinggi berada pada pernyataan “layanan Go-Jek sangat mudah untuk didapatkan”, artinya bahwa orang akan menggunakan layanan Go-Jek jika layanan tersebut mudah untuk didapatkan.
2. Hasil analisis deskriptif pada variabel jaminan rasa aman berada pada kategori setuju, dengan hasil tertinggi berada pada pernyataan “*Driver* Go-Jek bertanggung jawab kepada konsumennya”, artinya bahwa kebanyakan orang akan menggunakan layanan Go-Jek jika dia merasa bahwa *Driver* Go-Jek memiliki rasa tanggung jawab kepada konsumen.
3. Hasil analisis deskriptif pada variabel kepercayaan berada pada kategori setuju , dengan hasil tertinggi berada pada pernyataan “*Driver* Go-Jek memiliki keterampilan dan pengalaman mengemudi”, artinya bahwa kebanyakan orang akan menggunakan layanan Go-Jek jika *Driver* Go-Jek memiliki keterampilan dan pengalaman mengemudi.

4. Hasil analisis deskriptif pada variabel minat konsumen berada pada kategori mendekati setuju , dengan hasil tertinggi berada pada pernyataan "Layanan Go-Jek merupakan pilihan utama saya", artinya bahwa bahwa kebanyakan orang akan menggunakan layanan Go-Jek, karena merupakan pilihan utama.
5. Penelitian ini membuktikan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap minat konsumen dalam menggunakan layanan Go-Jek di Kota Palembang, demikian pula dari peneliti terdahulu yang berjudul Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya yang diteliti oleh Setyawan dan Japarianto (2014) di ketahui bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung nasabah Bank Danamon di Surabaya, demikian pula pada peneliti terdahulu yang berjudul Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya yang diteliti oleh Setyawan dan Japarianto (2014) di ketahui bahwa jaminan rasa aman memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung nasabah Bank Danamon di Surabaya.
6. Penelitian ini membuktikan bahwa jaminan rasa aman memiliki pengaruh terhadap minat konsumen dalam menggunakan layanan Go-Jek di Kota Palembang, hasil ini sama seperti hasil penelitian terdahulu yang berjudul Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas

terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya yang diteliti oleh Setyawan dan Japarianto (2014), mendapatkan hasil bahwa jaminan rasa aman mendapatkan pengaruh positif terhadap minat menabung nasabah Bank Danamon di Surabaya.

7. Penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh minat konsumen dalam menggunakan layanan Go-Jek di Kota Palembang, hasil pada peneliti ini sama seperti hasil pada penelitian terdahulu yang berjudul Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya yang diteliti oleh Setyawan dan Japarianto (2014), yang membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung nasabah Bank Danamon di Surabaya. Selanjutnya pada penelitian Mahmud (2013) yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan *(Trust)* Terhadap Minat Beli *K-Pop (Korean Pop)* Album dengan Sistem *Pre Order* secara *Online* (Studi Pada *Online Shop Kordo Day Shop (CORP)* Semarang**)** membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli *K-Pop (Korean Pop)* album dengan sistem *Pre Order* secara *Online* (studi pada *Online Shop Kordo Day Shop (CORP)* Semarang**)**. Demikian pula pada penelitian Nusarika dan Purnami (2015) yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara *Online* juga menunjukkan hasil yang

sama, yaitu kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat beli secara *online* (studi pada Produk *Fashion Online* di Kota Denpasar).

8. Aksesibilitas, jaminan rasa aman, dan kepercayaan secara bersamaan dapat mempengaruhi minat konsumen menggunakan layanan Go-Jek.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang didapatkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terhadap minat konsumen dalam menggunakan layanan Go-Jek adalah variabel aksesibilitas, jaminan rasa aman, dan kepercayaan. Oleh karena itu saran yang dapat diberikan adalah :

1. Pengusaha Go-Jek harus memperhatikan dan meningkatkan aksesibilitas pada layanannya, dengan cara menambah fitur *Short Message Service* (SMS) agar lebih mempermudah konsumen yang tidak memiliki *smartphone* untuk memesan layanan Go-Jek.
2. Pengusaha Go-Jek harus meningkatkan jaminan rasa aman kepada konsumen, dengan cara memberikan jaket pada saat konsumen menggunakan layanan Go-Jek, karena jaket bisa membantu melindungi tubuh kita ketika terjadi hal yang tidak diharapkan (kecelakaan).
3. Pengusaha Go-Jek harus mempertahankan kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen, dengan cara tidak mengecewakan konsumen, sehingga membuat konsumen tetap percaya terhadap layanan Go-Jek., dengan cara

memberikan informasi yang tepat, sesuai dengan waktu yang disepakati (tepat waktu), dan harga yang dibayar sesuai dengan ketentuan yang berlaku (yang sudah disepakati).

4. Pada penelitian ini mendapatkan hasil bahwa aksesibilitas, jaminan rasa aman, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan layanan Go-Jek, tetapi aksesbilitas, jaminan rasa aman, dan kepercayaan hanya dapat menjelaskan sebesar 10.1%, karena responden yang diambil pada peneliti ini adalah yang belum pernah menggunakan layanan Go-Jek, jadi responden belum terlalu memahami tentang layanan Go-Jek yang diteliti pada penelitian ini, maka dari itu saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang minat konsumen menggunakan layanan Go-Jek, responden yang diambil adalah responden yang sudah pernah menggunakan layanan Go-Jek, agar responden lebih memahami tentang layanan Go-Jek.