

BAB IV

PENUTUP

Pada bab IV ini diuraikan mengenai kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan serta saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PO. Nusantara.

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden berkaitan dengan pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan dengan studi kasus pada penumpang PO. Nusantara kelas eksekutif jurusan Semarang-Jakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap keputusan penggunaan. Hasil analisis koefisien determinasi variabel citra merek terhadap keputusan penggunaan adalah 0,294 artinya sumbangan atau kontribusi yang diberikan variabel citra merek terhadap variabel keputusan penggunaan sebesar 29,4%. Hasil uji lainnya yang dapat memperkuat yakni dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} yakni $6,393 > 1,661$. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara citra merek terhadap keputusan penggunaan.
2. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Hasil analisis koefisien determinasi variabel kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan adalah 0,267 artinya sumbangan atau kontribusi yang diberikan variabel kualitas layanan terhadap variabel keputusan penggunaan sebesar 26,7%. Hasil uji lainnya yang dapat memperkuat yakni dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} yakni $5,976 >$

1,661. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan.

3. Hasil analisis koefisien determinasi dari seluruh variabel yang kemudian diperoleh nilai sebesar 0,415%. Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel citra merek dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan keputusan penggunaan sebesar 41,5%. Hal itu dibuktikan juga melalui hasil perhitungan nilai F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} , yaitu $34,429 > 3,09$. Artinya, semakin baik citra merek yang terbentuk dibenak penumpang dan semakin baik kualitas layanan yang diberikan akan berdampak pada semakin meningkatnya keputusan penggunaan jasa bis PO. Nusantara kelas eksekutif jurusan Semarang-Jakarta.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden yang terdapat pada bab III, saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa citra merek termasuk dalam kategori baik. Namun, dalam item pertanyaan yang diberikan masih terdapat skor di bawah rata-rata. Perlu adanya peningkatan kualitas layanan dan memberikan penyegaran pada desain bis seperti memberikan corak warna baru pada badan bis agar konsumen mampu membedakan dengan jelas bis PO. Nusantara dengan bis kompetitor.
2. Peningkatan kualitas layanan dari PO. Nusantara tentunya diperlukan agar penumpang merasakan kenyamanan dalam menggunakan jasa yang ditawarkan PO. Nusantara. Sebagaimana dilihat dari skor *mean* kualitas layanan yang

memiliki lima item pertanyaan yang jawabannya berada di bawah rata rata. Keterlambatan waktu keberangkatan dan waktu tiba bis di tempat tujuan merupakan kendala yang dikeluhkan responden. Perlu adanya perhatian dari pihak PO. Nusantara untuk mengatur jadwal dengan baik supaya meminimalisir waktu keterlambatan keberangkatan dan waktu sampai tempat tujuan. Karyawan PO. Nusantara juga harus mampu memberikan penjelasan kepada penumpang agar tidak terjadi kesalahpahaman saat terjadi keterlambatan.

3. Terdapat responden yang mengeluhkan kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu keberangkatan bis. Hal ini terjadi karena beberapa responden beranggapan bahwa kebersihan lantai ruang tunggu yang tidak selalu bersih dan tidak semua penumpang mampu menggunakan fasilitas yang tersedia di ruang tunggu keberangkatan. Oleh karena itu, perlu adanya kesadaran dari karyawan yang bertugas di ruang tunggu keberangkatan untuk membersihkan lantai manakala dirasa sudah kotor.
4. Perlunya menjaga kebersihan armada bis oleh kru armada bis yang bertugas. Seperti membersihkan eksterior dan interior bis sebelum keberangkatan serta menyediakan tempat sampah di koridor bis. Hal tersebut agar penumpang merasa nyaman karena bis yang dinaikinya terjaga kebersihannya.
5. Terdapat responden yang belum yakin untuk memutuskan menggunakan jasa PO. Nusantara. Hal ini dikarenakan terdapat responden yang sebelumnya memiliki pengalaman yang kurang baik dalam menggunakan jasa PO. Nusantara. Sebaiknya pihak PO. Nusantara memperbaiki pelayanannya seperti

karyawan counter harus lebih tanggap dalam membantu penumpang yang kesulitan membawa barang bawaannya dan memperhitungkan jadwal keberangkatan bis agar meminimalisir keterlambatan. Hal tersebut dilakukan agar persepsi konsumen terhadap perusahaan menjadi semakin baik dan tentunya akan membuat konsumen yakin dalam memutuskan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PO. Nusantara.

6. Disarankan bagi peneliti selanjutnya yang meneliti keputusan penggunaan bis PO. Nusantara sebagai variabel dependen untuk menambahkan variabel independen lainnya seperti fasilitas. Diindikasikan indikator ini memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan, karena bis yang menjadi kompetitor PO. Nusantara seperti PO. Bejeu, PO. Haryanto ataupun PO. Shantika sudah menyediakan fasilitas yang lebih unggul dengan menyediakan *wifi* gratis di dalam bis, *free coffee/tea*, dan penumpang disuguhkan dengan armada bis terbaru.