

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh *Brand image* (X_1), *Voucher Discount* (X_2), dan Keamanan (X_3) Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Online Grab (Y) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pengguna Jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu. Hal ini menggambarkan bahwa persepsi positif terhadap merek dapat meningkatkan keinginan dan keyakinan mahasiswa dalam memilih layanan Grab.
2. *Voucher Discount* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pengguna Jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu. Hal ini menggambarkan bahwa insentif berupa diskon dapat meningkatkan daya tarik dan motivasi mahasiswa untuk menggunakan layanan Grab.
3. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pengguna Jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat keamanan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan mahasiswa dalam menggunakan layanan Grab.

4. Secara bersama-sama *Brand image* (X_1), *Voucher Discount* (X_2), dan Keamanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna Jasa Online Grab (Y) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Pada variabel *Brand image*, disarankan kepada konsumen Pengguna Jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu untuk memperhatikan reputasi dan ulasan positif dari pengguna lain. Hal ini dapat membantu dalam membuat keputusan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan dalam menggunakan layanan Grab.
2. Pada variabel *Voucher Discount*, disarankan kepada konsumen Pengguna Jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu untuk memanfaatkan penawaran diskon secara optimal. Hal ini dapat membantu mereka menghemat biaya transportasi dan meningkatkan frekuensi penggunaan layanan Grab.
3. Pada variabel keamanan, disarankan kepada konsumen Pengguna Jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu untuk selalu memeriksa identitas dan rating pengemudi sebelum memulai perjalanan. Hal

ini dapat meningkatkan rasa aman dan kenyamanan selama menggunakan layanan Grab.

4. Pada variabel Keputusan Pengguna Jasa Online Grab, disarankan kepada konsumen Pengguna Jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu untuk melakukan riset terlebih dahulu tentang tarif dan ulasan pengemudi sebelum memesan layanan. Selain itu, mereka disarankan untuk memanfaatkan fitur pengamanan yang disediakan oleh aplikasi, seperti fitur berbagi lokasi atau tombol darurat, guna memastikan keamanan selama perjalanan. Terakhir, konsumen sebaiknya mempertimbangkan penggunaan voucher diskon atau promo untuk mengoptimalkan pengalaman menggunakan layanan Grab.
5. Bagi peneliti yang akan datang, disarankan untuk mencari factor-faktor lain meneliti tentang keputusan pengguna jasa online grab, serta disarankan untuk menambah sampel penelitian.