

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap penyedia layanan transportasi umum. Munculnya taksi online sebagai salah satu pesaing taksi konvensional, menunjukkan adanya pengaruh teknologi terhadap penyedia jasa transportasi umum. Hal ini dapat terjadi akibat banyaknya masyarakat yang sudah mengenal dan tidak asing dengan internet. Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa penurunan performa taksi konvensional diakibatkan oleh adanya kemunculan taksi online yang lebih efisien dari segi akses maupun biaya (Menurut Setyanto dan Samudro, 2016).

Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi harga yang dipatok oleh taksi konvensional, kebutuhan mencari variasi dan adanya daya tarik pesaing, dapat menimbulkan intensi untuk berpindah. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner secara online kepada 130 responden di Jakarta dengan pembagian yang proporsional berdasarkan jumlah warga Jakarta pada setiap wilayah. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis SEM dengan SmartPLS 2.0 yang menunjukkan bahwa terdapat 2 hipotesis didukung data dan 1 hipotesis tidak didukung data, sebagai berikut:

1. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik  $\geq 1,96$ .
2. Kebutuhan mencari variasi tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan. Hal ini dapat dilihat melalui nilai t-statistik yang kurang dari 1,96.
3. Daya tarik pesaing berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan. Hal ini dapat dilihat melalui t-statistik yang lebih besar daripada 1,96.
4. Di antara persepsi harga dan daya tarik pesaing, variabel daya tarik pesaing yang memiliki koefisien regresi tertinggi dalam memengaruhi intensi perpindahan taksi konvensional.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan dari penelitian ini sesuai dan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan, yaitu variabel persepsi harga dan variabel daya tarik pesaing. Hal ini ditunjukkan melalui nilai t-statistik masing-masing variabel yang memiliki nilai di atas 1,96. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila dua variabel tersebut meningkat, maka intensi perpindahan akan meningkat. Begitu juga apabila 2 variabel tersebut menurun, maka intensi perpindahan juga akan menurun.
2. Hasil r-square menunjukkan bahwa nilai R-square pada variabel “intensi perpindahan” adalah sebesar 0,549 yang dapat diartikan bahwa intensi perpindahan dapat dijelaskan sebesar 54,9% oleh persepsi harga, kebutuhan mencari variasi dan daya tarik pesaing, serta 45,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu variabel kebutuhan mencari variasi. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistik yang kurang dari 1,96.

## **5.2 Rekomendasi**

### **5.2.1 Implikasi Teoritis**

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kebutuhan mencari variasi tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bansal (2005) mengenai PPM Model dimana kebutuhan mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan, sehingga penelitian ini dapat memberikan sumbangsih teoritis yang baru terhadap PPM Model dan *theory of planned behavior* (Bansal, 2005). Dengan kata lain, wawasan baru secara teoritis dalam penelitian ini adalah kebutuhan mencari variasi yang merupakan bagian dari *mooring effects* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan.

### **5.2.2 Implikasi Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian ini yaitu pengaruh signifikan persepsi harga dan daya tarik pesaing terhadap intensi perpindahan taksi konvensional maka terdapat beberapa rekomendasi untuk manajemen taksi yaitu sebagai berikut:

1. Dari segi daya tarik pesaing, taksi konvensional harus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan bersikap adil terhadap seluruh konsumen
2. Dari segi persepsi harga, diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara manfaat dan kualitas yang diberikan oleh taksi konvensional dan meningkatkan persepsi harga dengan cara memberikan promosi harga.

### **5.2.3 Keterbatasan**

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya persepsi harga, kebutuhan mencari variasi dan daya tarik pesaing.
2. Penelitian hanya dilakukan di wilayah DKI Jakarta.
3. Terdapat 200 responden, namun hanya 130 responden yang datanya dapat diolah dalam penelitian ini.

### **5.2.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan keterbatasan penelitian maka dalam penelitian selanjutnya yang membahas obyek yang sama atau variabel yang digunakan dalam penelitian ini atau menggunakan penelitian ini sebagai studi sebelumnya, maka disarankan untuk:

1. Menegaskan variabel lain seperti kualitas, kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan lain-lain (Bansal, 2005) yang mungkin memiliki efek lebih besar pada variabel dependen sehingga variabel independent dapat memberikan penjelasan lebih dalam mengenai intensi perpindahan
2. Melakukan penelitian dalam lingkup yang lebih besar seperti di pulau Jawa dan Indonesia secara umum.
3. Meningkatkan jumlah responden agar memberikan wawasan yang lebih menyeluruh mengenai PPM Model.