

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Grab Indonesia telah memulai proses pembukaan kantor cabang di berbagai lokasi di seluruh Indonesia, salah satunya adalah Sumbawa. Grab kini hadir di Sumbawa. Karena itu, Anda memiliki pilihan untuk mendaftar sebagai pengemudi GrabBike, GrabExpress, GrabCar, atau GrabTaxi.

Kualifikasi untuk mendaftar agak minim, namun bervariasi dari satu departemen Grab ke departemen berikutnya. Untuk Departemen Grabbike, kriteria pendaftarannya adalah harus memiliki sepeda motor atau Surat Izin Mengemudi C. Sedangkan untuk Sektor Grab Car ada persyaratan pendaftaran tambahan, seperti yang sudah terpenuhi harus lulus ujian KIR Grab Car.

Setelah semua syarat terpenuhi, Anda bisa datang mendaftar di halaman internet resmi Grab Indonesia atau bisa langsung datang ke kantor Grab Sumbawa.

Grab Sumbawa beroperasi sebagai penyedia layanan transportasi online, dan perusahaan menawarkan transportasi dalam bentuk Grab Bike (sepeda motor) dan Grab Vehicle (mobil), yang keduanya dapat dipesan sesuai dengan kebutuhan spesifik pelanggan. Memesan Grab Car menjadi pilihan bagi individu yang membutuhkan transportasi lebih dari dua penumpang sekaligus. Namun, pelanggan yang bepergian sendiri dapat memesan Grab Bike saja.

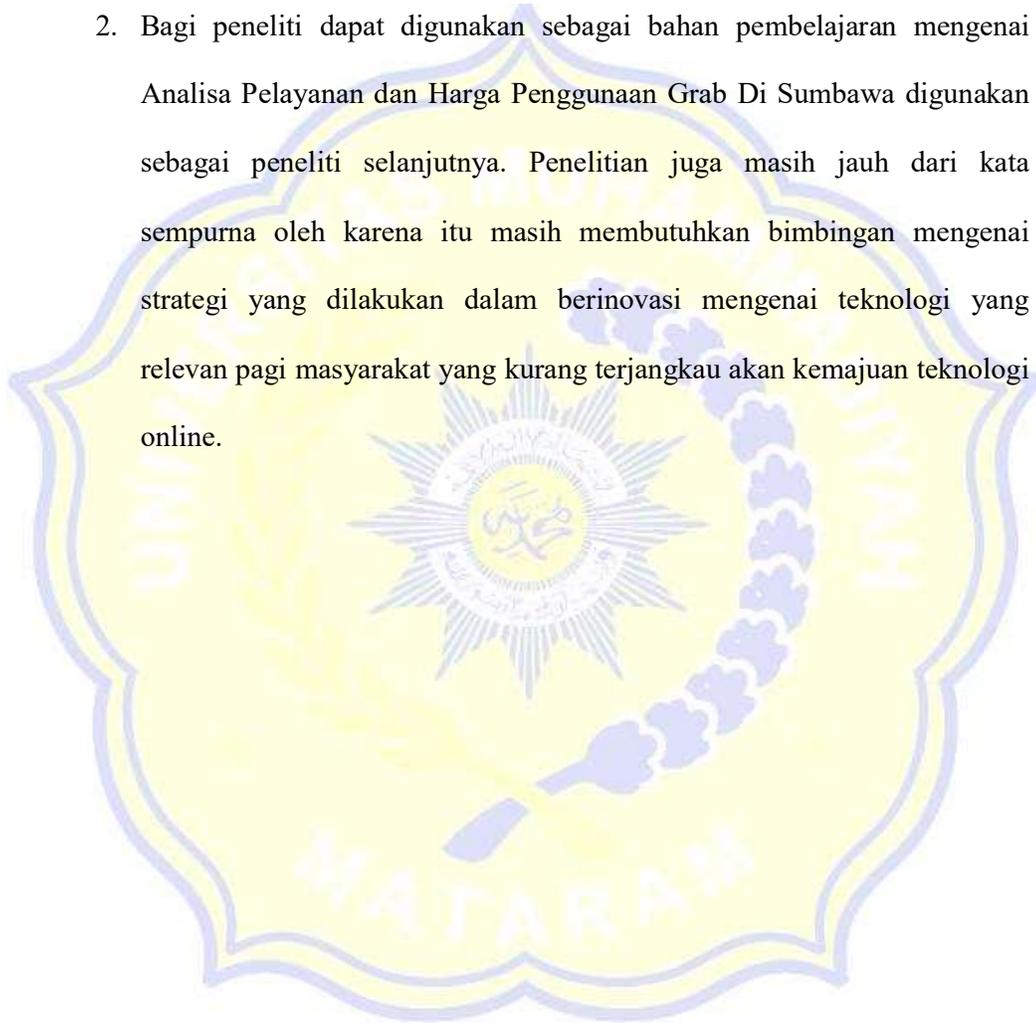
Sudah menjadi rahasia umum bahwa PT berfungsi sebagai inti organisasi. Grab adalah bagian integral dari kehidupan di Kota Sumbawa, membuat aktivitas sehari-hari menjadi lebih nyaman bagi semua orang. Hal ini, pada gilirannya, memiliki dampak yang signifikan terhadap ekonomi lokal, karena Grab merupakan pendorong utama belanja konsumen. Apabila tidak terjalin kerjasama yang baik dimana perusahaan memberikan layanan yang berkualitas dan masyarakat sebagai pengguna layanan tersebut akan memberikan reward kepada mereka dengan loyal karena telah menggunakan aplikasi dan layanan Grab, maka tujuan dari suatu perusahaan akan sulit untuk diwujudkan, demikian pula kepuasan tidak akan tercapai. akan tercipta dari masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat tidak akan puas dengan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan penyedia layanan grab di Kota Sumbawa tentunya perlu memperhatikan kelima aspek kualitas layanan agar konsumen puas dengan layanannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Grab Sumbawa
 - a. Di harapkan kepada instansi agar tetap memberikan motivasi dan inovasi dalam mengembangkan potensi pelayanan penggunaan *Grab* di Sumbawa.
 - b. Diharapkan agar lebih meningkatkan pelayanan ini seacara maksimal mengenai pelayanan penggunaan grab di Sumbawa juga dengan pendekatan kepada masyarakat secara langsung.

- c. Diharapkan untuk meminimalis waktu dalam pelayanan dan harga dalam penggunaan Grab di Sumbawa lebih dinikmati dan berwawasan lebih.
2. Bagi peneliti dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran mengenai Analisa Pelayanan dan Harga Penggunaan Grab Di Sumbawa digunakan sebagai peneliti selanjutnya. Penelitian juga masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu masih membutuhkan bimbingan mengenai strategi yang dilakukan dalam berinovasi mengenai teknologi yang relevan bagi masyarakat yang kurang terjangkau akan kemajuan teknologi online.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Muhammad. 2006. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern. Cetakan Pertama. Pustaka Amani: Jakarta.
- Asdi. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Syech Yusuf Sungguminasa Kabupaten Gowa.
- <https://www.academia.edu/38187377/Pengaruhkualitaspelayananterhadapkepuasanpasienpadarumahsakitsyechyusufsungguminasakabupatengowa>.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta, Jakarta.
- Basu Swasta Dharmmmesta, (2014). Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta. BPFE UGM.
- Hariani. 2013. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Gas LPG. Di Universitas Malang.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran, Terjemahan : Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Erlangg, Jakarta.
- Kotler dan Lupiyoadi, Rambat, 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta: Salemba empat.
- Kotler,P.&Keller,K.L.(2016). *Marketing Management, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13. Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- McCarthy, E. Jerome. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- M. Iqbal Hasan, 2002. Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta.
- M. Nur Nasution, 2004. Manajemen Jasa Terpadu. Bogor. Graha Indonesia.
- Moehar. 2002. Metode Penelitian Ekononi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nana Sudjana. 1989. Penelitian dan Penilaian. Bandung : Sinar Baru.

- Ni Luh Julianti, 2014. Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai Kecamatan Nusa Penida. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia.
- Okki, Navarone. 2003. Global Marketing. New Jersey: Pearson Education.
- Nugroho. 2013. Perilaku Konsumen Edisi Revisi. Jakarta: PT. Konismu Putra Utama.
- Nurani, D. (2018). Grab. [https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_\(aplikasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_(aplikasi)).
- Parasuraman. (2008). A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implication For Future Research. *Journal Of Marketing*.
- Purhantara, Wahyu, 2010. Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung : Elfabeta.
- Sutrisno Hadi. 2002. Metodologi Reserch. Yogyakarta : Andi.
- Syarbani Syahrial, Rusdiyanta. 2009. Dasar-dasar Sosiologi. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Thamrin. 2003. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono,F dan Chandra, G. 2007. Pemasaran Jasa. Bayu Media Publishing. Jawa Timur.
- Tjiptono, F,. G. Chandra dan D. Andriana. 2008. Pemasaran Strategik. Cetakan ke-1 Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono. Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, 2012. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPF.
- Zahra Atika, 2017. Jurnal Pengaru Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online.

- Tiffany. 13 Oktober 2017. Tarif Ojek Online: Murahan Go-Jek, Grab atau Uber Ya? Duitpintar.com – <https://goo.gl/cqNtbB>
- Ojekonline.xyz. Pengertian dan Definisi Ojek Online. Ojekonline.xyz – <https://goo.gl/XVGs65>
- Perjalanan Asia Tenggara. Grab.com – <https://goo.gl/YQP8aY>
- Hasil Wawancara bersama Mitra Grab Surabaya. Grab Indonesia. 2019. Surabaya.
- Hanni Sofia dan Budhi Prianto (2010), *Panduan Mahir Akses Internet*, Jakarta: Kriya Pustaka.Pusparisa.
- Laudon, Ken, and Jane Laudon (2009): *Management Information Systems: International Edition, 11/E*. Pearson Higher Education, 2009.
- Syafe'i, R. (2001), *Fiqh Muamalah*. Bandung: Cetakan Angka Terakhir 10,9,8,7, Pustaka Setia.
- Suhendi, H. (2016), *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Cetakan Kesepuluh, Pustaka Setia.
- Shaw, Michael, et al., (2012), eds. *Handbook on electronic commerce*. Springer Science & Business Media.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rosda.
- Mustafa, I. (2016). *Fiqh Mu'amalah konemporer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Neobis* , 32-40.
- Sofian, S. (2017). Penerapan Sistem Informasi E-Commarce Berbasis Web



Foto hasil wawan cara dengan kepala Grab di Sumbawa

