

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulannya ialah

1. Inovasi tidak berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Daya tarik pada Konsumen Gojek di Batam
2. Kemajuan teknologi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya tarik pada Konsumen Gojek di Batam
3. Kreativitas Iklan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya tarik pada Konsumen Gojek di Batam
4. Inovasi, Kemajuan teknologi, dan Kreativitas Iklan berdampak pengaruh secara simultan, positif dan signifikan terhadap Daya tarik pada Konsumen Gojek di Batam.

#### **5.2. Saran**

1. Bagi akademik

Peneliti selanjutnya dapat menjelajahi faktor tambahan yang mungkin mempengaruhi daya tarik konsumen, seperti kualitas layanan pelanggan, strategi penetapan harga, atau reputasi merek. Penelitian dengan faktor tambahan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang

apa yang mendorong preferensi konsumen dalam konteks Gojek di Batam. Peneliti juga dapat melakukan studi komparatif antara lokasi geografis yang berbeda atau antara penyedia layanan *ride-hailing* yang berbeda. Penelitian dengan geografi ataupun objek penelitian yang berbeda akan membantu dalam memahami faktor unik dan umum yang mempengaruhi daya tarik konsumen dalam konteks dan pasar yang berbeda. Terakhir, dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti melengkapi temuan kuantitatif dengan penelitian kualitatif untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam tentang perilaku dan preferensi konsumen. Wawancara, dan studi kasus dapat memberikan data kontekstual yang lebih terfokus yang mungkin terlewatkan oleh metode kuantitatif.

## 2. Bagi Perusahaan

Mengingat kemajuan teknologi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap daya tarik konsumen di Batam, Gojek sebaiknya terus berinvestasi dalam teknologi terkini. Fokus ini dapat melibatkan peningkatan antarmuka (UI) pengguna aplikasi, meningkatkan efisiensi dan keandalan layanan, serta mengintegrasikan fitur-fitur baru yang memanfaatkan tren teknologi terbaru. Kreativitas iklan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan tentunya menunjukkan bahwa Gojek harus mengembangkan kampanye iklan yang lebih inovatif dan menarik. Pengembangan dapat mencakup pemanfaatan platform media sosial, kemitraan dengan influencer, dan konten interaktif yang sesuai dengan pasar lokal khususnya di Batam. Terakhir, Inovasi pada Gojek sendiri

tidak menunjukkan dampak positif. Gojek sebaiknya mengadopsi strategi inovasi yang seimbang, memastikan fitur atau layanan baru selaras dengan kebutuhan dan preferensi konsumen serta mitranya. Penelitian akan kebuuthan pasar dan umpan balik konsumen secara rutin dapat membantu dalam menyesuaikan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.