

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1. Kesimpulan

Analisis faktor pada penelitian ini telah merangkum 17 variabel menjadi 10 variabel yang dibagi ke dalam 3 faktor. Dan berikut adalah faktor-faktor yang mendukung para *driver* transportasi *online* mencari konsumen dengan cara mengetem di Unika Soegijapranata:

1. Faktor pertama adalah faktor dukungan dari lokasi dan lingkungan, dengan nilai presentase 36,493 dari nilai eigenvalues sebesar 3,649.
2. Faktor kedua adalah faktor karena orderan yang di dapatkan, dengan nilai presentase 16,143 dari nilai eigenvalues sebesar 1,614
3. Faktor ketiga adalah faktor kebiasaan yang terjadi karena ramai orderan, dengan nilai presentase 13,108 dari nilai eigenvalues sebesar 1,311.

Dari hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa faktor dukungan dari lokasi dan lingkungan menjadi faktor yang paling dominan mendorong *driver* transportasi *online* motor di Unika Soegijapranata untuk mencari konsumen dengan cara mengetem di Unika Soegijapranata Semarang. Faktor tersebut terdiri dari 4 (empat) variabel, yaitu variabel dapat digunakan sebagai tempat istirahat, melihat sesama *driver* online lain, tidak adanya gangguan dari transportasi konvensional, dan dapat digunakan sebagai tempat meneduh.

5.2. Saran

Berikut adalah saran yang diberikan peneliti menurut hasil yang didapat dalam penelitian:

1. Dalam mencari konsumen faktor dukungan dari lokasi dan lingkungan sangat penting, terutama untuk para *driver* transportasi *online* untuk mencari konsumen di sekitar lokasi Unika Soegijapranata. Hasil penelitian

ini diharapkan menjadi pertimbangan untuk para aplikator selain para *driver* transportasi *online* motor seperti dengan adanya fakta bahwa Unika Soegijapranata adalah tempat yang layak untuk mencari konsumen para aplikator dapat melakukan kerjasama kepada pihak kampus karena selain meningkatkan promosi akan meningkatkan pula pendapatan para *driver* tersebut. Contoh kerjasamanya seperti penempatan mesin pemesanan transportasi *online* di lokasi Kampus Unika Soegijapranata. Mesin ini bertujuan untuk memudahkan konsumen yang tidak memiliki aplikasi atau mungkin kehabisan baterai *handphone* sehingga tidak dapat memesan transportasi *online* melalui *handphone* pribadi. Mesin ini berbentuk kotak kardus persegi panjang yang terdapat layar pada bagian atasnya.

2. Faktor yang penting lainnya untuk mencari konsumen adalah faktor kedekatan dari lokasi pengantaran, biasanya *driver* akan mencari konsumen ditempat selanjutnya kemana tujuan pengantara orderan terakhir. Dengan banyaknya perjalanan yang dilakukan menuju Unika Soegijapranata ini menjadi peluang bagi pihak aplikator untuk memberikan promo khusus kepada mahasiswa untuk meningkatkan pendapatan para *driver* transportasi *online*.
3. Faktor yang ketiga adalah karena ramai orderan di Unika Soegijapranata kebiasaan seperti terbiasa mencari orderan di Unika dan ramainya orderan di Unika Soegijapranata seharusnya dapat menjadi pertimbangan para *driver* untuk mencari orderan di Unika Soegijapranata selain itu pihak aplikator juga dapat melakukan perkembangan aplikasi seperti menciptakan aplikasi transportasi online khusus kampus sehingga meningkatkan pemasaran di sektor mahasiswa.