

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis, analisis dan pembahasan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap bus Trans Lampung. Maka dapat ditarik kesimpulan, nilai 14,81 yang didapat melalui hasil perhitungan analisis Fishbein menunjukkan bahwa sikap konsumen dalam merespon atribut – atribut yang dimiliki oleh Bus Trans Lampung adalah baik.

5.2 Saran

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada pihak pengelola bus Trans Lampung adalah pihak pengelola bus Trans Lampung melakukan peningkatan di dalam pengelolaan dan operasional bus Trans Lampung terutama pada memberikan promosi yang lebih intens kepada masyarakat mengenai keberadaan Bus Trans Lampung baik melalui media cetak maupun media elektronik seperti televisi dan sosial media, dengan tujuan masyarakat menjadi tahu dan tertarik memilih Bus Trans Lampung sebagai alternatif kendaraan umum. Melalui promosi yang intens, masyarakat juga akan lebih paham bahwa Bus Trans Lampung merupakan salah satu sarana angkutan umum yang dapat membantu menghindari kemacetan yang saat ini terjadi di berbagai wilayah di Bandar Lampung. Selain itu, dengan adanya promosi yang intens masyarakat dapat mengetahui bahwa Bus Trans Lampung merupakan bus yang didukung oleh fasilitas – fasilitas yang tidak ada di bus lain dan dapat dinikmati oleh penumpang seperti ruang bus yang lebih luas yang dilengkapi dengan ac yang selalu berfungsi, musik untuk menghilangkan stress penumpang dan tempat untuk meletakkan barang bawaan penumpang.