

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan kajian teoritik dan hasil analisis model struktural serta pengujian *goodness of fit*, penelitian ini (Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Ojek *Online* Grab pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta) menghasilkan beberapa pengujian secara statistik terhadap pengaruh masing - masing variabel eksogen (independen) terhadap variabel ekdogen (dependen) dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pengguna ojek *online* Grab pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Maka semakin baik layanan yang diberikan oleh penyedia jasa semakin tinggi harapan pelanggan tercapai sehingga kepuasan pelanggan semakin besar pengguna ojek *online* grab.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) pengguna ojek *online* Grab pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Maka dapat digambarkan bahwa kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) mempengaruhi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*). Semakin tinggi rasa puas yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi juga tingkat kesetiaan pengguna ojek *online* grab.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan (*service quality*) terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) pengguna ojek *online* Grab pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Maka dapat digambarkan bahwa kualitas layanan (*service quality*) mempengaruhi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*). Sekali pelanggan mendapatkan kualitas layanan yang baik, persepsi mereka tentang merek itu meningkat dan mereka biasanya pertimbangkan untuk membeli kembali layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

### **B. Implikasi**

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel X pada penelitian ini memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel Y, namun pada hasil analisis deskriptif terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat di perbaiki yaitu:

1. Variabel Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty/Z*)

Pada variabel loyalitas pelanggan poin ke empat pada instrumen penelitian “kebal terhadap produk pesaing aplikasi ojek online lainnya” masih banyak responden menjawab kurang setuju dengan presentase 23,5%. Hal ini membuktikan bahwa Grab belum dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan sesuai dengan tingkat kepuasan dan kualitas layanan, akibatnya masih banyak responden yang berpindah - pindah *brand* ojek online.

## 2. Variabel Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction/Y)

Pada variabel kepuasan pelanggan masih banyak pelanggan menjawab kurang setuju disetiap poin dalam instrumen penelitian pada poin 10 paling banyak responden menjawab kurang setuju yaitu “saya merasa harga ojek online grab sangat bersaing dan terjangkau” dengan presentase 32.5%. Hal ini menunjukkan bahwa Grab belum bisa memenuhi harapan pelanggannya secara penuh terutama pada harga yang harus dibayar oleh pelanggan.

## 3. Variabel Kualitas Layanan (Service Quality/X)

Pada variabel kualitas layanan (service quality) masih ada pelanggan menjawab kurang setuju di beberapa instrumen penelitian terutama di poin ke 3 yaitu “saya merasa cara mengemudikan pengemudi yang andal” dengan presentase 31.5%. Hal ini menunjukkan bahwa Grab belum bisa menyediakan layanan yang lengkap dan baik untuk pelanggannya secara keseluruhan terutama pada driver yang menjadi penyedia jasa secara langsung dengan pelanggan.

### C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar lebih diperhatikan bagi peneliti - peneliti yang akan melakukan penelitian serupa lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian - penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) pengguna ojek *online* grab hanya terdiri dari dua variabel yaitu kualitas layanan (*service quality*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Sedangkan masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*).
2. Keterbatasan selanjutnya adalah metode penelitian dan teknik analisis data menggunakan *structural equating model* (SEM) dan menggunakan *software AMOS*. Sedangkan jika dilakukan pengujian satu arah memungkinkan menggunakan path analisis dan banyak metode dan teknik analisis data lain.

#### D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna ojek *online* Grab. Oleh karena itu, rekomendasi untuk penelitian ini bagi beberapa pihak :

1. Perusahaan ojek *online* Grab
  - a. Penyedia jasa ojek *online* Grab harusnya lebih meningkatkan kualitas layanan (*service quality*) pada produk ojek online karena dengan kualitas layanan (*service quality*) yang tinggi menyebabkan harapan dari pelanggan terpenuhi sehingga kepuasan meningkat, jika kepuasan meningkat loyalitas pelanggan (*loyalitas pelanggan*) akan berdampak lebih baik dari sebelumnya.
  - b. Penyedia jasa ojek *online* Grab harus mulai memberikan pelayanan atau bonus lain terhadap pengguna tetap atau pengguna setia ojek online grab sehingga memperkuat yang sudah setia terhadap brand grab.
  - c. Penyedia jasa ojek *online* Grab juga meningkatkan layanan di aplikasi dengan mempermudah sistem pembayaran dan memberikan pelatihan lebih serius untuk pengemudi sehingga pelanggan akan merasa puas dengan layanan yang baik dari internal perusahaan maupun mitra yang bekerja sama dengan Grab.

## 2. Bagi penelitain selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna ojek *online* Grab. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini bagi penelitian selanjutnya :

- a. Pada penelitian ini hanya menguji dua variabel yaitu kualitas layanan (*service quality*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) sehingga penelitian selanjutnya bisa menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) atau menggunakan variabel moderasi.
- b. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian dan teknik analisis data menggunakan *structural equating model* (SEM) dan menggunakan *software AMOS*. Sedangkan direkomendasikan pada penelitian selanjutnya melakukan pengujian satu arah memungkinkan menggunakan path analisis dan banyak metode dan teknik analisis data lain.
- c. Pada penelitian ini populasi hanya mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sehingga pada penelitian selanjutnya disarankan memperluas populasi dan menggunakan teknik pengambilan sampel lain yang berbeda dari penelitian ini.