

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Hipotesis pertama yaitu variabel *service quality* (X1) berpengaruh positif dan signifikan E-WOM (Y) tidak dapat diterima. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian *standardized total effects* sebesar 0,28 dan *t-value* sebesar 1,71 yang telah dilakukan oleh peneliti.

Hipotesis kedua yaitu variabel *service quality* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (Z) tidak dapat diterima. Hal ini sesuai dengan hasil nilai pengujian *standardized total effects* sebesar -0,29 dan nilai *t-value* sebesar 1,67 yang telah dilakukan oleh peneliti.

Hipotesis ketiga yaitu variabel *perceived value* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-WOM (Y) dapat diterima. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian *standardized total effects* sebesar 0,43 dan *t-value* sebesar 2,60 yang telah dilakukan oleh peneliti.

Hipotesis keempat yaitu variabel *perceived value* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (Z) dapat diterima. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian *standardized total effects* sebesar 0,80 dan *t-value* sebesar 4,32 yang telah dilakukan oleh peneliti.

Hipotesis kelima yaitu variabel E-WOM (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (Z) dapat diterima. Hal ini sesuai dengan hasil nilai pengujian *standardized total effects* sebesar 0,23 dan nilai *t-value* sebesar 2,18 yang telah dilakukan oleh peneliti.

Hipotesis keenam yaitu variabel *service quality* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (Z) melalui E-WOM tidak dapat diterima. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian *standardized total effects* sebesar 0,28 dan *t-value* sebesar 1,23 yang telah dilakukan oleh peneliti.

Hipotesis ketujuh yaitu variabel *perceived value* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (Z) melalui E-WOM dapat diterima. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian *standardized total effects* sebesar 0,80 dan *t-value* sebesar 1,96 yang telah dilakukan oleh peneliti.

## **5.2. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Tol Bakauheni-Palembang, dibutuhkan perhatian yang lebih kepada:

1. Variabel *service quality* rata-rata mendapatkan respon positif dari responden. Indikator yang mendapatkan respon positif paling tinggi adalah SQ14 dengan pernyataan “Kinerja petugas gerbang tol Bakauheni-Palembang sudah baik” yang ditanggapi positif oleh 50,5% responden. Sehingga petugas gerbang Tol

Bakauheni-Palembang harus mempertahankan kinerjanya dalam melayani pengguna tol. Sedangkan indikator dengan tanggapan negatif tertinggi adalah SQ6 dengan pernyataan “Penerangan di sepanjang jalan Tol Bakauheni-Palembang sudah memadai” yang ditanggapi oleh 48% responden. Dari hasil tersebut dapat dilihat petugas gerbang Tol Bakauheni-Palembang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan namun pengguna merasa terganggu dengan kurangnya penerangan yang terdapat di sepanjang Tol Bakauheni-Palembang

2. Variabel E-WOM rata-rata mendapatkan respon positif dari responden. Indikator yang mendapatkan respon positif paling tinggi adalah EW4 dengan pernyataan “Mengunggah foto dan atau video di media sosial tentang Tol Bakauheni-Palembang” yang ditanggapi positif oleh 58,5% responden. Sedangkan indikator dengan tanggapan negatif tertinggi adalah EW1 dengan pernyataan “Membicarakan Tol Bakauheni-Palembang di media sosial” yang ditanggapi oleh 8% responden. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan Tol Bakauheni-Palembang harus mempertahankan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan agar pelanggan dapat membicarakan serta memberikan komentar positif di media sosial tentang Tol Bakauheni-Palembang.
3. Variabel *perceived value* rata-rata mendapatkan respon positif dari responden. Indikator yang mendapatkan respon positif paling tinggi adalah PV1 dengan pernyataan “Tol Bakauheni-Palembang memiliki tarif yang masuk akal” yang ditanggapi positif oleh 53% responden. Sedangkan indikator dengan tanggapan negatif tertinggi adalah PV12 dengan pernyataan “Menggunakan Tol

Bakauheni-Palembang memberikan pengakuan sosial bagi penggunanya” yang ditanggapi sebanyak 10,5% responden. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengelola Tol Bakauheni-Palembang harus selalu memberikan tarif tol bagi pengguna yang sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan serta dengan menggunakan Tol Bakauheni-Palembang tidak memberikan pengakuan sosial bagi penggunanya.

4. Variabel *customer satisfaction* rata-rata mendapatkan respon positif dari responden. Indikator yang mendapatkan respon positif paling tinggi adalah CS4 dengan pernyataan “Tol Bakauheni-Palembang sesuai dengan harapan” yang ditanggapi positif oleh 58% responden. Sedangkan indikator dengan tanggapan negatif tertinggi adalah CS3 yang dengan pernyataan “Puas telah menggunakan Tol Bakauheni-Palembang” yang ditanggapi sebanyak 1%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa secara keseluruhan Tol Bakauheni-Palembang sesuai dengan harapan pengguna serta pengguna puas dengan keputusan mereka untuk menggunakan Tol Bakauheni-Palembang.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini dilakukan pada saat dilakukannya PPKM yang dikarenakan adanya wabah virus Covid-19, sehingga menyebabkan kurangnya pengguna Tol Bakauheni-Palembang sebagai responden peneliti.

2. Jurnal yang membahas variabel *service quality*, *E-WOM*, *perceived value*, dan *customer satisfaction* pada pengguna jalan tol jumlahnya masih sedikit, sehingga sumber acuan penelitian terbatas.
3. Tidak semua data hasil penelitian dapat digunakan karena beberapa responden tidak mengisinya dengan baik.

## **5.4. Saran**

### **A. Saran Praktis**

Tol Bakauheni-Palembang merupakan solusi bagi banyak kalangan untuk mengakses pulau Sumatra dengan waktu tempuh yang jauh lebih singkat sehingga dapat menghemat biaya bahan bakar bagi kendaraan. Pada penelitian ini, para pengguna merasa puas dengan menggunakan Tol Bakauheni-Palembang. Walau begitu, peneliti menyarankan beberapa hal kepada pengelola jalan Tol Bakauheni-Palembang terkait dengan kualitas layanan.

1. Utama Karya selaku pengelola jalan Tol Bakauheni-Palembang harus melakukan perawatan dan perbaikan pada jalan tol yang berlubang dan bergelombang. Terdapat beberapa responden yang memberikan pernyataan tidak setuju terhadap pernyataan jalan tol memiliki permukaan yang mulus. Alangkah lebih baik jika dilakukan perawatan berkala pada jalan Tol Bakauheni-Palembang agar memberikan keselamatan bagi pengguna jalan tol.

2. Utama Karya selaku pengelola jalan Tol Bakauheni-Palembang harus memberikan penerangan yang memadai di jalan Tol Bakauheni-Palembang. Terdapat banyak responden yang memberikan pernyataan tidak setuju terhadap pernyataan penerangan jalan Tol Bakauheni-Palembang sudah memadai. Alangkah lebih baik jika pengelola memberikan penerangan di seluruh jalan Tol Bakauheni-Palembang tidak hanya pada sekitar gerbang tol saja agar pengguna yang melalui jalan Tol Bakauheni-Palembang pada malam hari dapat merasa aman.

3. Utama Karya selaku pengelola jalan Tol Bakauheni-Palembang harus melengkapi fasilitas yang ada pada rest area di sepanjang jalan Tol Bakauheni-Palembang. Terdapat banyak responden yang memberikan pernyataan tidak setuju terhadap fasilitas rest area yang sudah memadai. Alangkah lebih baik jika pengelola melengkapi fasilitas di rest area seperti spbu, toilet, tempat ibadah, tempat istirahat, dan restoran atau tempat makan. Sehingga pengguna tol dapat beristirahat secara maksimal.

## **B. Saran Teoretis**

Penelitian dapat dikembangkan dengan pembentukan model penelitian yang berbeda, jumlah sampel yang lebih dari 200 responden, serta pemilihan karakteristik responden yang berbeda agar penelitian dapat memberikan hasil yang lebih luas dari berbagai kemungkinan lain.

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menggunakan variabel *perceived value* sebagai *intervening* dalam penelitian mengenai jalan tol terhadap

*customer satisfaction*. Penelitian dapat dikembangkan dengan melakukan investigasi variabel *perceived value* apa yang berpengaruh terhadap objek penelitian jalan tol.