

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari data yang sudah diolah, dilanjutkan dengan analisis, serta interpretasi data yang telah dilakukan dan diuraikan oleh peneliti sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini yaitu:

1. Adanya pengaruh yang signifikan *customer experience* terhadap *customer satisfaction* pengguna Gojek di Jakarta. Data ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *experience* atau pengalaman pengguna Gojek saat menggunakan Gojek maka kepuasan pengguna yang terjadi juga semakin meningkat. Begitu sebaliknya, semakin rendah tingkat pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan Gojek maka kepuasan nasabah yang dirasakan juga semakin berkurang.
2. Adanya pengaruh yang signifikan *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* pengguna Gojek di Jakarta. Data ini menunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat *e-service quality* maka *satisfaction* yang terjadi juga semakin tinggi. Begitu sebaliknya, semakin rendah tingkat kualitas layanan yang diberikan Gojek maka tingkat kepuasan pengguna Gojek juga akan semakin rendah.
3. Adanya pengaruh yang signifikan pada *customer experience* dan *e-service quality* kepada *customer satisfaction* dengan pengguna Gojek di Jakarta. Hasil ini mengindikasikan sebuah korelasi dan keterikatan antar variabel *experience* seorang pengguna dan semakin tinggi pula *e-service quality* Gojek maka akan berpengaruh terhadap kepuasan dari pelanggan Gojek.

5.2 Implikasi

Dari kesimpulan diatas, maka dari itu implikasi dari penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut.

5.2.1 Implikasi Teoritis

Pada penelitian berikutnya harus dilakukan pengembangan variabel lain yang bisa digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan Gojek. Variabel-variabel tersebut seperti variabel persepsi harga serta promosi penjualan yang dilakukan oleh Septiani (2020), serta variabel *brand image* yang dilakukan oleh Cantona & Tunjungsari (2019). Dengan begitu akan membantu studi atau pengetahuan mengenai kepuasan terhadap Gojek dari berbagai aspek yang akan berdampak terhadap kualitas layanan Gojek yang semakin baik kedepannya dengan berbagai inovasi dan teknologi yang bisa dinikmati pelanggan setia Gojek.

5.2.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan indikator *customer experience* yang paling tidak berpengaruh ditunjukkan pada indikator *emotional experience* dengan tanggapan hanya 20,8% sangat setuju dan 30,5% yang setuju. Dengan data tersebut, sebagian para pengguna merasa bahwa mereka tidak terlalu bergantung dengan pelayanan yang diberikan oleh Gojek. Hal ini bisa disebabkan karena adanya layanan sejenis yang bisa mereka gunakan. Sehingga dengan ini Gojek perlu meningkatkan tingkat ketergantungan pelayanan mereka bagi penggunanya dengan berbagai cara seperti peningkatan jumlah kupon ataupun *voucher* promosi yang tersedia setiap minggunya dengan jumlah diskon yang besar, selain itu Gojek dapat memperbaiki sistem ataupun fitur yang ada saat ini agar semakin *user friendly* juga terkait penambahan fitur yang semakin luas

Pada indikator *e-service quality* yang paling tidak berpengaruh ditunjukkan pada indikator *empathy* dengan tanggapan 3% tidak setuju. Dengan data tersebut, para

pengguna menilai bahwa *customer service* Gojek kurang mampu untuk menjawab pertanyaan yang mereka ajukan sehingga belum menjadi faktor kuat dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh Gojek. Pihak Gojek perlu memperhatikan *customer service* mereka sehingga hal ini tidak menjadi citra buruk mereka dari segi kualitas layanan yang cukup baik. Tentunya hal ini bisa dilakukan dengan membuat template jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang biasa diajukan konsumen atau *frequently asked question* selain yang saat ini sudah tersedia. Setiap pertanyaan yang ditanyakan konsumen bisa dicatat untuk menjadi *databased* Gojek mengenai seberapa banyak pertanyaan tersebut ditanyakan untuk nantinya bisa dibuat FAQ kembali dengan pertanyaan lain tersebut.

Pada indikator *customer satisfaction* yang paling tidak berpengaruh ditunjukkan pada indikator *website navigability* dengan tanggapan 3,5% tidak setuju. Data ini menunjukkan juga kekurangan Gojek dari segi *navigability* atau kemampuan dalam merespon cepat apa yang dibutuhkan konsumen pada aplikasinya. Pengguna menilai di aplikasi Gojek sulit menemukan yang mereka cari ketika pengguna hanya memasukkan beberapa huruf pada fitur *search*. Dalam hal ini pihak Gojek perlu meningkatkan kualitas *navigability* dan lebih mampu merespon cepat dengan memberi rekomendasi pada setiap huruf yang konsumen masukkan pada fitur *search* sehingga konsumen bisa mendapatkan rekomendasi dengan cepat untuk kebutuhan-kebutuhan mereka.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti sudah mengupayakan penelitian yang sesuai ketentuan tetapi dari berbagai proses dan hasil yang sudah didapatkan penelitian ini masih memiliki keterbatasan sebagai berikut.

- a. Pada variabel *e-service quality*, terdapat indikator-indikator lainnya yang bisa digunakan untuk penelitian. Peneliti hanya menggunakan indikator pada variabel ini yang menurut peneliti sesuai dan relevan dengan objek penelitian berdasarkan pengetahuan peneliti, sehingga masih banyak indikator yang bisa dicoba bagi penelitian selanjutnya untuk lebih memberikan data yang variatif di penelitian selanjutnya.
- b. Data penilaian ini terbatas dikarenakan keterbatasan responden sehingga data yang dihasilkan terkadang tidak menunjukkan kondisi yang tidak sebenarnya dari responden berdasarkan pengalaman dan pengetahuan dari mereka.

5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini yang berfokus pada kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction*, banyak ditemukan variabel-variabel yang dapat mendukung kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, sebagai rekomendasi penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan memfokuskan pada variabel *easy of use* yang pada penelitian ini termasuk ke dalam indikator dari variabel *e-service quality*. Hal ini dimaksudkan agar semakin banyak indikator dari *easy of use* yang di *explore* seperti *easy to understand*, *avoid distraction*, *easy to access*, *clear and understandable*, dan *less effort* yang sebelumnya dilakukan oleh Wicaksono & Maharani (2020) dan Amin et al. (2014). Dengan adanya penambahan variabel *ease of use* yang lebih kompleks akan didapatkan hasil yang baik dan relevan dengan Gojek yang sangat interaktif dalam digitalisasi.