



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

A. Kesimpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya pada bab IV, maka kesimpulannya adalah :

1. Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, karena diperoleh koefisien regresi 0,719 dan t-hitung sebesar 19,223 dengan signifikansi sebesar 0,000. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan ojek online di Jakarta, sehingga hipotesis pertama terbukti.
2. Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen, karena diperoleh koefisien regresi 0,173 dan t-hitung sebesar 1,493 dengan signifikansi sebesar 0,137. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang dihasilkan tersebut tidak signifikan, sehingga hipotesis kedua ditolak.
3. Terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, karena diperoleh koefisien regresi 0,789 dan t-hitung sebesar 6,056 dengan signifikansi sebesar 0,000. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna layanan ojek online di Jakarta, sehingga hipotesis ketiga terbukti.
4. Konsumen yang loyal tidak disebabkan oleh pengaruh langsung dari kualitas layanan. Ternyata, kepuasan konsumen secara langsung lebih berpengaruh besar dan efisien dalam menciptakan loyalitas konsumen. Hal ini disebabkan karena responden

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



cenderung mempersepsikan layanan transportasi di Jakarta sebagai kebutuhan mereka.

© Oleh karena itu, faktor – faktor yang mengindikasikan kepuasan merupakan hal yang lebih penting bagi konsumen pengguna layanan ojek online. Dalam menciptakan kepuasan konsumen, kualitas layanan wajib dipertimbangkan karena pengaruhnya secara langsung sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5 Dari hasil analisa deskriptif, seluruh indikator mendapat penilaian yang cenderung baik, walaupun masih ada beberapa indikator yang mendapat penilaian kurang baik. Indikator yang mendapat penilaian kurang baik tersebut mengindikasikan seberapa banyak responden yang puas terhadap fasilitas layanan, responden yang selalu mengikuti perkembangan layanan ojek online, dan responden yang merekomendasikan masyarakat untuk menggunakan layanan ojek online. Namun, secara keseluruhan responden cenderung puas dan loyal terhadap layanan ojek online di Jakarta.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

- Manajemen Gojek dan Grabbike disarankan lebih meningkatkan lagi faktor – faktor yang mendukung kepuasan konsumen, seperti memberikan kemudahan layanan dan memperhatikan fasilitas layanan, mulai dari fasilitas fisik hingga fasilitas pembayaran yang aman dan efektif.
- Manajemen Gojek dan Grabbike disarankan untuk menciptakan ikatan yang lebih baik dengan konsumen melalui program – program pemasaran maupun promosi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



- c. Karena banyaknya issue layanan ojek online di masyarakat, maka manajemen Gojek dan Grabbike disarankan lebih meningkatkan lagi kinerjanya seperti merespon dengan cepat dan efektif setiap keluhan konsumen dan mengantisipasi jangan sampai keluhan – keluhan tersebut disalurkan ke ruang publik lewat media cetak, media elektronik dan media sosial.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

2) Bagi peneliti selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya, seperti *Sobel test* yang dipopulerkan oleh Baron and Kenny (1986) dalam menguji signifikansi *indirect effects* untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain seperti *brand equity*, komunikasi *word of mouth*, dan bauran pemasaran yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.