

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan di atas serta berdasarkan data yang penulis peroleh dari penelitian sebagaimana yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Dari hasil uji statistik 252 responden, berdasarkan identitas penulis menyimpulkan responden terdiri dari 145 perempuan (57.5%) dan sejumlah 107 laki-laki (42.5%) dengan mayoritas usia 18-22 tahun sebanyak 54.4%. Rata-rata responden memiliki status pelajar atau mahasiswa (70,6%).

Selanjutnya uji instrumen dilakukan agar dapat menjamin bahwa data yang peneliti kumpulkan tersebut valid dan dapat dipercaya atau reliabel. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dengan menggunakan SPSS 20. Nilai KMO 0,952 > 0,5 sehingga syarat kecukupan data telah terpenuhi, dan hasil uji Bartlett (nilai Sig.) 0,000 < 0,05 (Alpha) maka dapat disimpulkan terdapat korelasi antar variabel multivariat dan analisis faktor dapat digunakan. Berdasarkan Tabel 4.33 , seluruh *Component* dalam analisis faktor telah di rotasi pada faktor yang terbentuk dan berkorelasi kuat. Dari hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,961, variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,992. variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 artinya seluruh item-item angket dikatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian

Selanjutnya dalam uji asumsi klasik dilakukan uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat, keduanya terdistribusikan secara normal. Dari hasil Gambar 4.1 dengan menggunakan grafik *Normal P-P Plot* menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal. Berdasarkan kriteria uji normalitas, dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi populasi yang normal.

Untuk uji heteroskedastisitas pada Tabel 4.37 dengan uji statistik yang digunakan adalah uji *Spearman's* menunjukkan bahwa nilai Sig. pada variabel X (*Service Quality*) dengan ABS_RES. Semuanya nilai Sig. $0,386 > 0,05$ berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau H_0 diterima. Berdasarkan kriteria uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi.

Kemudian untuk uji t pada tabel 4.38, maka nilai sig. variabel *service quality* (kualitas layanan) adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari signifikansi penelitian sebesar 0,05. Maka keputusan uji adalah H_0 ditolak sehingga H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh *service quality* (kualitas layanan) terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Regresi Sederhana*. Adapun persamaan regresi linier yang terbentuk berdasarkan tabel 4.38 adalah sebagai berikut $Y = 0,217 + 0,928 X$, dimana nilai konstanta sebesar 0,217 yang artinya jika *service quality* (kualitas layanan) bernilai konstan atau sama dengan nol, maka *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 0,217 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,928 yang artinya jika *service quality* (kualitas

layanan) meningkat sebesar 1 satuan, maka *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) akan meningkat sebesar 0,928.

Kesimpulannya peneliti menemukan terdapat pengaruh langsung dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi GrabCar di kota Bandung. Hasil pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,393. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini, yakni kualitas layanan secara signifikan memengaruhi langsung kepuasan pelanggan pada jasa transportasi GrabCar di Kota Bandung.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi GrabCar di Kota Bandung. Hal ini berarti bahwa GrabCar perlu berfokus untuk meningkatkan kualitas layanan dengan lebih baik seperti layanan yang lebih cepat, ramah, dan tanggap kepada konsumen agar dapat meyakinkan konsumen untuk melakukan pemesanan berulang pada jasa transportasi GrabCar di Kota Bandung.
2. Perusahaan perlu mengkaji ulang bagaimana variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi GrabCar di Kota Bandung dapat terus ditingkatkan, karena bagaimanapun juga kepuasan pelanggan yang terbentuk sangat diperhitungkan. Ketika pelanggan merasa puas, kemungkinan pelanggan tersebut akan membicarakan tentang pengalaman baik mereka kepada orang lain. Dengan kualitas layanan yang baik akan terciptanya kepuasan pelanggan yang diharapkan dapat

membuat pelanggan melakukan pemesanan kembali atau berulang pada jasa transportasi GrabCar di Kota Bandung.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh. Maka keterbatasan penelitian dan saran yang untuk penelitian yang akan datang sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan penelitian ini dengan objek GrabCar di Kota Bandung, yang bergerak dibidang jasa transportasi online. Dengan demikian, hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan pada jasa transportasi sejenis.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks jasa transportasi. Misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang bukan hanya di kalangan masyarakat kota Bandung tetapi bisa juga dari kota - kota lain yang pernah menggunakan jasa transportasi GrabCar, sehingga penelitian dapat diterapkan pada semua jasa transportasi