

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab V akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan analisis serta saran yang diberikan atas penelitian “**Analisis Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Mahasiswa Pelanggan GO-JEK Di Universitas Kristen Maranatha Bandung**”.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada mahasiswa pelanggan GO-JEK di Universitas Kristen Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Tangibility* terhadap Loyalitas Konsumen, dimana sebesar 1.3% loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh *tangibility*.
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Reliability* terhadap Loyalitas Konsumen, dimana sebesar 7.6% loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh *reliability*.
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Responsiveness* terhadap Loyalitas Konsumen, dimana sebesar 22.5% loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh *responsiveness*.

- Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Assurance* terhadap Loyalitas Konsumen, dimana sebesar 6.6% loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh *assurance*.
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Empathy* terhadap Loyalitas Konsumen, dimana sebesar 10% loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh *empathy*.
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 97% yang dimana 3% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Implikasi Manajerial

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa pengguna GO-JEK di Universitas Kristen Maranatha. Artinya, semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada Mahasiswa Pengguna GO-JEK, maka akan semakin tinggi tingkat Loyalitas Mahasiswa Pengguna GO-JEK di Universitas Kristen Maranatha, dan sebaliknya semakin buruk Kualitas Pelayanan yang diberikan maka akan semakin rendah pula tingkat Loyalitas Mahasiswa Pengguna GO-JEK di Universitas Kristen Maranatha.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan mengikuti prosedur yang seharusnya, namun masih terdapat keterbatasan penelitian dalam pelaksanaannya, antara lain:

1. Variabel yang masih sedikit sehingga membuat penelitian tidak maksimal dan tidak bisa meneliti bagian lain hanya dari 1 variabel (yang terdiri dari 5 dimensi) saja.
2. Item-item pertanyaan kuesioner lebih terfokus pada pengalaman setelah menggunakan layanan GO-JEK beberapa kali, untuk pelanggan yang baru jawaban tidak terlalu akurat.
3. Keterbatasan waktu serta lingkungan responden yang hanya terdiri dari lingkungan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha saja sehingga responden selain mahasiswa Universitas Kristen Maranatha tidak dapat mengisi item-item kuesioner dan masuk dalam penelitian.
4. Adanya banyak *driver* yang memiliki karakter berbeda-beda dalam menangani konsumen yang memungkinkan terjadinya perbedaan pengalaman.

5.4 Saran

5.4.1 Saran Penelitian yang Akan Datang

1. Jika dilihat dari koefisien determinasi penelitian ini kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 97% yang dimana 3% dipengaruhi oleh faktor lain. Maka disarankan untuk perusahaan agar tetap mempertahankan Kualitas Pelayanan dengan menggunakan ke 5 dimensi/variabel (*Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy untuk Loyalitas Konsumen*).

2. Penelitian mendatang juga diharapkan untuk bisa lebih memperluas lingkungan responden diluar mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.
3. Penelitian mendatang diharapkan untuk melakukan penelitian selain selain dari aplikasi GO-JEK.

