

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil perhitungan dan analisis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi GO-JEK, dimana sebesar 44.0% kepuasan konsumen pada para responden pengguna GO-JEK dipengaruhi oleh *Assurance, Responsiveness, Reliability, Tangible, dan Empathy*.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Tangible* dengan Kepuasan Konsumen, dimana sebesar 29.8% kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh *tangible*.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Reliability* dengan Kepuasan Konsumen, dimana sebesar 15.5% kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh *Reliability*.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Assurance* dengan Kepuasan Konsumen, dimana sebesar 10.3% kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh *Assurance*.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Responsiveness* dengan Kepuasan Konsumen., dimana sebesar 26.3% kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh *Responsiveness*.

6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *empathy* dengan Kepuasan Konsumen, dimana sebesar 23.9% kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh *empathy*.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, saran yang dapat diberikan kepada manajemen Go-Jek diantaranya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji data yang dilakukan bahwa Go-Jek hanya harus mempertahankan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan telah membuat konsumen merasa puas. Mempertahankan pelayanan yang ramah, kelengkapan dalam berkendara dan ketepatan waktu merupakan kunci untuk menjaga konsumen agar puas dan dapat melakukan *repeat order*.
2. Disarankan Go-Jek untuk melakukan riset lanjutan apa saja variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas pelayanan.

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 Penelitian

Saran-saran yang dapat diajukan oleh peneliti untuk penelitian yang akan datang, antara lain meliputi:

1. Jika dilihat dari koefisien determinasi penelitian ini kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 44% yang dimana 56% dipengaruhi oleh faktor lain. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang berbeda selain kualitas pelayanan.
2. Penelitian mendatang juga diharapkan lebih banyak dalam pengujian responden untuk mendapat hasil yang lebih akurat.
3. Penelitian mendatang juga diharapkan untuk bisa lebih memperluas lingkungan responden diluar mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.
4. Penelitian mendatang diharapkan untuk melakukan penelitian selain selain dari aplikasi Go-Jek.