

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu apakah ada pengaruh antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Pelanggan dengan Niat untuk Beralih. Bagi sebuah perusahaan jika memiliki banyak pelanggan yang loyal, maka perusahaan tersebut akan bertahan lama dan siap untuk bersaing. Dari hasil yang telah diolah sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, dari data yang sudah diolah Pengaruh antar kedua variabel sebesar 49,3% yang artinya kepuasan pelanggan terhadap suatu perusahaan dapat menghasilkan loyalitas untuk konsumen. Seseorang dapat dikatakan loyal ketika seseorang terus menggunakan produk atau jasa yang sama secara berulang kali dan enggan untuk berpaling ke merek yang lainnya.

Kepuasan Pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap Niat untuk Beralih, dari data yang sudah diolah peneliti melihat bahwa pengaruh antar kedua variabel hanya sebesar 0,04%. Hal ini jelas menunjukkan bahwa kedua variabel tidak saling berpengaruh. Ketika seseorang sudah merasa puas terhadap produk atau jasa yang digunakan, maka mereka akan terus menggunakannya dan tidak ingin beralih. Tetapi hal tersebut tidak selalu terjadi sama di perusahaan. Terkadang ada beberapa kasus yang menyebabkan pelanggan beralih dari suatu perusahaan karena munculnya ketidakpuasan atau kekecewaan terhadap perusahaan. Namun, pada penelitian ini hasilnya adalah tidak berpengaruh sama sekali.

Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu aspek yang harus terus diperhatikan agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain atau pesaing. Dengan hasil survey yang telah dilakukan, dilihat ada beberapa konsumen yang merasa tidak puas dengan Grab karena pelayanan yang kurang baik dari beberapa pihak. Selain itu, ada beberapa responden yang merasa bahwa Grab perlu menambah promo yang lebih menarik lagi agar bisa lebih menarik dari pesaing.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Setiap peneliti yang melakukan penelitian pasti memiliki kesulitan atau keterbatasan yang berbeda – beda, karena pada dasarnya ada beberapa hal yang tidak dapat peneliti paksakan untuk sesuai dengan apa yang peneliti inginkan. Pada penelitian ini ada beberapa keterbatasan yang dirasakan oleh peneliti, sehingga dapat diperhatikan untuk penelitian berikutnya, yaitu :

1. Kurangnya responden, karena pada penelitian ini hanya bisa mendapatkan 134 responden. Sehingga hasil yang didapatkan tidak cukup luas untuk dikatakan untuk cakupan yang luas.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Universitas Kristen Maranatha, bukan secara general sehingga hasilnya tidak dapat dikatakan secara menyeluruh.
3. Masih ada beberapa responden yang menjawab kuesioner dengan tidak baik sehingga menyebabkan data tidak normal.
4. Adanya responden yang menjawab secara tidak konsisten karena ingin cepat selesai dalam mengisi kuesioner.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, kesimpulan, dan pembahasan ada beberapa saran untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya.

1. Implikasi untuk Perusahaan

- Grab dapat meningkatkan pelayanan lagi, sehingga konsumen akan merasa nyaman dan senang menggunakan Grab.
- Grab dapat menambahkan atau melakukan inovasi untuk jenis pelayanannya, sehingga pelanggan terus menggunakan Grab di masa mendatang.

2. Implikasi untuk Peneliti Selanjutnya

- Peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian di lingkup yang lebih luas sehingga hasil yang didapat lebih baik.
- Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan responden nya sehingga dapat melihat hasil yang lebih besar.
- Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel seperti Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap objek.