

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan pengujian hipotesis statistik, didapat nilai sig sebesar 0.000, yang berarti bahwa probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Maka, dengan demikian didapatkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, dimana pengaruh antar Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada para responden yang diteliti memiliki nilai sebesar 64.1%

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada sampel mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang telah menggunakan Grab *Bike* minimal tiga kali
2. Penelitian dilakukan untuk mengukur pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan
3. Penelitian ini dilakukan pada responden sejumlah 110 orang

5.3. Implikasi manajerial

Peneliti menemukan bahwa pada mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang telah menggunakan Grab *Bike* minimal tiga kali, didapat bahwa terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan secara simultan. Dengan demikian, perusahaan Grab *Bike* perlu mengembangkan dan menjaga kualitas layanan. Dengan demikian, Bukti Langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen yang diteliti

5.4. Saran

- Peneliti menyarankan untuk menambahkan jumlah responden penelitian
- Peneliti menyarankan untuk menambah variabel yang dapat memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen, seperti harga, promosi, dan berbagai variabel anteseden lain
- Peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan Keandalan (*Reliability*)