

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) *E-service quality*, kualitas informasi dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *e-service quality*, kualitas informasi dan *perceived value* aplikasi Grab pada fitur GrabBike maka semakin tinggi kepuasan pelanggan GrabBike.
- 2) *E-service quality*, *perceived value* dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *e-service quality*, *perceived value* dan kepuasan pelanggan aplikasi Grab pada fitur Grabbike maka semakin tinggi loyalitas pelanggan GrabBike, sedangkan Kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi aplikasi Grab pada fitur GrabBike belum dapat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan.
- 3) *E-service quality* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan bahwa semakin baik dan berkualitas pelayanan yang diberikan aplikasi Grab pada fitur GrabBike maka semakin tinggi kepuasan pelanggan GrabBike. Semakin meningkatkan

- 4) kepuasan pelanggan yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
- 5) Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dalam hal ini semakin lengkap dan relevan informasi yang diperoleh pelanggan melalui aplikasi Grab pada fitur GrabBike, kepuasan dan loyalitas pelanggan akan meningkat.
- 6) *Perceived value* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dalam hal ini merupakan penilaian pelanggan setelah menggunakan aplikasi Grab pada fitur GrabBike sesuai dengan ekpektasi yang diinginkan pelanggan itu sendiri sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang kemudian juga meningkatkan loyalitas pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan yang perlu diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Objek penelitian hanya di fokuskan pada ojek online GrabBike yang mana hanya satu dari banyaknya ojek online lain yang juga banyak bermunculan seperti Maxim, Anterin, Oke Jack dan Bonceng.

2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan kepada responden melalui kuesioner terkadang tidak memberikan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda dari tiap responden, dimana faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.
3. Keterbatasan waktu peneliti untuk menyebarkan kuesioner kepada responden pengguna aplikasi GrabBike, sehingga untuk mempersingkat maka peneliti meminta bantuan responden untuk memberikan kuesioner tersebut ke temannya yang juga pengguna aplikasi GrabBike.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi PT Grab Indonesia

- (1) Meningkatkan keamanan aplikasi Grab dalam hal ini fitur GrabBike dengan memverifikasi account pelanggan sebulan sekali atau dua kali dalam sebulan untuk mengecek apakah account tersebut masih aktif dan masih menjadi milik pelanggan tersebut.
- (2) Mengurangi informasi-informasi yang hanya bersifat promosi saja, misal: harga ataupun diskon tetapi yang dibutuhkan pelanggan adalah informasi yang membantu untuk mengenal pengemudi (driver) itu sendiri, seperti foto kendaraan maupun foto plat nomor kendaraan karena bisa saja antara yang diaplikasi berbeda dengan yang aslinya, untuk mencegah hal-hal seperti account driver lain

dipakai rekannya sendiri sehingga apabila ada sesuatu yang merugikan bisa lepas dari tanggung jawab.

- (3) Meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam memakai layanan GrabBike dimana pihak Grab bisa bekerjasama lebih luas lagi dengan MOU bengkel sepeda motor dalam hal ini untuk penyediaan service kendaraan pengemudi karena masih beberapa bengkel yang memberikan potongan khusus bagi pengemudi ojek online sepeda motor dan juga setiap dua minggu sekali dalam sebulan diadakan pelatihan pengemudi yang dilombakan, seperti pengetahuan akan rambu lalu lintas, tata cara berbicara pada pelanggan sampai cara mengemudi yang benar sehingga pelanggan nyaman, jadi tidak hanya waktu mendaftar saja dites.

5.3.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan dengan cara menambah variabel lain di luar variabel yang telah diteliti pada penelitian ini. Berdasarkan beberapa literatur dan penelitian terdahulu, hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh *e-service quality*, kualitas informasi dan *perceived value*, juga dapat dipengaruhi oleh *brand image*, promosi dan kualitas produk

