

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas layanan, pemanfaatan teknologi informasi, *e-service* terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang sudah melalui proses pengolahan dengan menggunakan *WarpPLS 5.0* maka kesimpulannya sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek *Online* di Medan
2. Pemanfaatan Teknologi Informasi mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek *Online* di Medan
3. *E-Service* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek *Online* di Medan
4. Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Ojek *Online* di Medan

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Peneliti kesulitan dalam menyebarkan kuesioner karena berada di tempat yang baru untuk menyebarkan kuesioner sehingga sedikit kesulitan dalam mendapatkan responden.

2. Peneliti kesulitan dalam mendapatkan buku referensi tentang pengolahan data SEM-PLS karena harus mempelajari beberapa buku dan harus memahami dari awal tentang cara menguji menggunakan *WarpPLS*.

5.3 Saran

1. Bagi *driver* dan penyedia layanan ojek *online* bisa memberikan wawasan atau pengetahuan agar lebih diperhatikan lagi bagaimana standart dalam melayani pelanggan, keamanan serta keselamatan pelanggan. Aplikasi lebih diperbarui lagi agar lebih responsif dan mudah digunakan, sehingga layanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi terdepan lebih baik dari pada transportasi lain di kota Medan. Dengan demikian ojek *online* menjadi pilihan utama masyarakat dalam memilih transportasi.
2. Bagi peneliti selanjutnya memperhatikan lagi variabel yang lebih dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan ojek *online*. Untuk indikator dengan nilai *loading factor* yang masih dipertimbangkan agar dapat diganti dengan indikator yang dapat memenuhi syarat validitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Amoako, G. K., Dzogbenuku, R. K., & Doe, J. K. (2016). How Service Experience Leads to Brand Loyalty : Perspective from the Telecom Sector in Ghana. *The IUP Journal of Brand Management*, 34-56.
- Chinomona, R., Masinge, G., & Sandada, M. (2015). The Influence of E-Service Quality on Customer Perceived Value, Customer Satisfaction and Loyalty in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 331-341.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gracia, D. B., Arino, L. V., & Blasco, M. G. (2015). The effect of culture in forming e-loyalty intentions: A cross-cultural analysis between Argentina and Spain. *Business Research Quarterly*, 275-292.
- Mar'ati, N. C., & Sudarwanto, T. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Go-Jek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 1-12.
- Mohamad, H. A., Yazid, M. S., Khatibi, A., & Azam, S. M. (2017). Measuring The Mediating Role Of Customer Satisfaction Between Service Quality And Customer Loyalty In Uae Hotel Industry. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 188-202.
- Mudrajad, K. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nurcholis, E. P. (2017). *Faktor Penentu Pembelian Ulang Secara Online Pada UBERCAR di Surabaya*. Surabaya: STIE Perbanas Surabaya.
- Putriana Cahya. (2017, Februari 17). *Makin Ketat, Begini Persaingan Tiga Transportasi Online Terbesar di Indonesia*. Diambil kembali dari www.idntimes.com:
<https://www.idntimes.com/business/economy/putriana-cahya/persaingan-tiga-transportasi-online-terbesar/full>
- Rasyid, H. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica*, 210-223.
- Sabran, A. (2017, Mei 12). *Ini Hasil Lengkap Survei Transportasi Online YLKI, 41 Persen Pengguna Pernah Dikecewakan*. Diambil kembali dari <http://wartakota.tribunnews.com>:
<http://wartakota.tribunnews.com/2017/05/12/ini-hasil-lengkap-survei-transportasi-online-ylki-41-persen-pengguna-pernah-dikecewakan>

- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM*. Yogyakarta: ANDI.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: ANDI.
- Simanjuntak, O. S. (2011). Pengembangan Technology Acceptance Model (Tam) Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Menuju Masyarakat Informasi. *TELEMATIKA*, 25-32.
- Sundaram, V., & D. Ramkumar, P. S. (2017). Impact of E-Service Quality Satisfaction and Loyalty Empirical Study in India Online Business. *KINERJA*, 48-69.
- Tatik, S. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ting, O. S., Ariff, M. S., Zakuan, N., Sulaiman, Z., & Saman, M. Z. (2016). E-Service Quality, E-Satisfaction and E-Loyalty of Online Shoppers in Business to Consumer Market; Evidence from Malaysia. *IOP Conference Series : Materials Science and Engineering*.

