

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan positif terhadap *Word of Mouth* pelanggan Grab di Surabaya.
2. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap *Word of Mouth* pelanggan Grab di Surabaya.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap *Word of Mouth* pelanggan Grab di Surabaya.
4. Loyalitas Pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap *Word of Mouth* pelanggan Grab di Surabaya.
5. Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap *Word of Mouth* pelanggan Grab di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa keterbatasan yaitu:

1. Responden yang bersedia mengisi kuesioner didominasi oleh kalangan mahasiswa, sehingga menempati persentase tertinggi pada hasil karakteristik responden.

2. Beberapa responden sulit diminta untuk mengisi kuesioner, sehingga terjadi kendala jumlah minimal sampel tidak terpenuhi.
3. Beberapa responden tidak mengikuti petunjuk dan mengisi kuesioner kurang teliti.

5.3 Saran

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Grab
 - a. Mengembangkan aplikasi Grab agar lebih mudah dan sederhana sehingga dapat dioperasikan oleh semua kalangan umur.
 - b. Mengembangkan jasa layanan *customer service* 24 jam pada aplikasi, agar dapat menangani masalah pengguna Grab.
 - c. Syarat dan ketentuan pada setiap promo harus jelas dan tidak merugikan pengguna Grab.
 - d. Memberikan voucher atau promo menarik disetiap layanan yang tersedia di aplikasi Grab.
 - e. Dari semua variabel bebas yang memiliki nilai *mean* terendah terdapat pada variabel Kepercayaan pada indikator X3.3 dengan nilai sebesar 3,12 dimana responden menyatakan “Netral” pada pernyataan “Grab menepati janji terhadap visi dan misi perusahaan yang telah dibuat” karena saat ini banyak sekali berita-berita yang kurang baik yang disebabkan oleh mitra Grab yang kurang bertanggung jawab, hal ini mengakibatkan perusahaan Grab dipandang jelek oleh masyarakat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya perlu memperhatikan komposisi responden yang akan dipilih agar penelitian selanjutnya dapat lebih responsif dan tidak didominasi oleh beberapa kriteria tertentu. Untuk penelitian selanjutnya lebih baik menggunakan teknik wawancara agar jawaban yang didapatkan lebih jelas, bervariasi dan harapannya dapat lebih banyak menggali informasi melalui komunikasi dua arah.



DAFTAR RUJUKAN

- Aljumaa, A. 2014. Investigating the Mediating Effect of Customers Satisfaction in the Service Quality-Word of Mouth relationship. *International Journal of Business and Management Invention*, Pp 40-44.
- Atiyah, A. L. 2017. Impact of Service Quality on Customer Satisfaction. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 20-28.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius. 2017. *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Garnis Anggi Saktiani. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Word of Mouth. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 342-353.
- Husain, R., Nasser, A. A., & Hussain, K. Y. 2015. Service Quality and Customer Satisfaction of a UAE-Based Airline: An Empirical Investigation. *Journal of Air Transport Management*, 167-175.
- Imam Ghazali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2013. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 21.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail, A., Yunan, M. S. Y. 2016. Service Quality as a Predictor of Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Scientific Journal of Logistic*, 269-283.
- Khattab, F. 2018. Developing a Service Quality Model for Private Higher Education Institutions in Lebanon. *Journal of Management and Marketing Review*, 24-33.
- Maisam, S., Mahsa, D. R. 2016. Positive Word Of Mouth Marketing: Explaining the Roles of Value Congruity and Brand Love. *Journal of Competitiveness*, Pp 19-37.
- Mohamad Dimyati. 2015. The Role of Customer Satisfaction in Mediating Marketing Communication Effect on Customer Loyalty. *International Refereed Research Journal*, 1-75.
- Morissan. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Edisi 4. Jakarta: Kencana.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.

- Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro. 2015. Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan . *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 1-17.
- Muhamad Fahmi Rizanata. 2014. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word Of Mouth, Niat Beli dan Retensi Pelanggan Gerai Indomart di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 31-42.
- Nimb, V. N., Huu, H. N. 2016. The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*, Pp 103-106.
- Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama.
- Rahayu, S. 2018. Customer Satisfaction and Service Quality To Develop Trust and Positive Word of Mouth in Vacational Education. *KnE Social Sciences* , 356-371.
- Santoso, S. 2012. *Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Soonsan, N. 2017. The Effect of Service Quality on Word of Mouth in Hotel Industry: The Mediating Role of Overall Satisfaction. *Proceedings of The International Conference on Marketing Tourism & Hospitality*, 1-10.
- Subanda, T. 2015. Pengaruh Promosi Word Of Mouth dan Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal manajemen dan Start-Up Bisnis*, 584-593.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tabrani, M., Muslim, A., Nizam, A. 2017. Trust, Commitment, Customer Intimacy and Customer Loyalty in Islamic Banking Relationships. *International Journal of Bank Marketing*, 823-848.
- Yildiz, E. 2017. Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Trust, Customer Loyalty and Word of Mouth: an Application on Cargo

Companies in Gumushane. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 81-88.

