

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Pengalaman Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya, peningkatan pada Pengalaman Pelanggan akan memberikan dampak besar terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan layanan Transportasi Go-Jek.
2. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya, persepsi tingkat Kepuasan Pelanggan pada konsumen yang meningkat akan mendorong peningkatan besar pada Loyalitas Pelanggan Transportasi Go-Jek di Surabaya.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya, peningkatan kepercayaan pada konsumen akan memberi pengaruh banyak pada peningkatan Loyalitas Pelanggan layanan Transportasi Go-Jek.
4. Komitmen Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya, persepsi tingkat Komitmen Pelanggan pada konsumen yang meningkat akan mendorong peningkatan besar pada Loyalitas Pelanggan Transportasi Go-Jek di Surabaya.
5. Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kombinasi semua

variabel bebas tersebut berkontribusi sebesar 37,2%. Dalam variasi Loyalitas Pelanggan.

## **5.2 Keterbatasan**

Pengumpulan data kuesioner terhambat dikarenakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) pada masa pandemi COVID-19. Akhirnya pengumpulan data atau kuesioner dilakukan dengan metode online ke sejumlah media sosial yang diikuti oleh peneliti.

## **5.3 Saran**

Beberapa masukan atau saran berdasarkan hasil penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

### 1. Kepada perusahaan Go-Jek di Surabaya

Hasil perhitungan pada deskripsi variabel penelitian menunjukkan bahwa di masing-masing variabel terdapat nilai terendah. Oleh karena itu disarankan kepada perusahaan Go-Jek, yaitu :

- a. Variabel Pengalaman Pelanggan memiliki indikator “merasa senang setelah menjadi pelanggan Transportasi Go-Jek” memiliki nilai terendah. Disarankan agar perusahaan membuat beberapa program promo khusus kepada pelanggan baru, misalnya memberi diskon harga atau hal lain yang menyenangkan bagi konsumen tersebut.
- b. Variabel Kepuasan Pelanggan memiliki indikator “pengalaman baik dilayani oleh aplikasi transportasi Go-Jek” dengan nilai terendah. Disarankan kepada perusahaan Go-Jek agar mewajibkan semua mitra

(pengemudi) agar menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap konsumen.

- c. Variabel Kepercayaan Pelanggan memiliki indikator “informasi yang ditulis pada Transportasi Go-Jek dapat dipercayai oleh setiap pelanggannya” dengan nilai terendah. Disarankan kepada perusahaan Go-Jek di Surabaya agar menjaga kredibilitas peraturan dan ketentuan yang dipublikasikan kepada pelanggan, agar semuanya dapat dilaksanakan tanpa terkecuali.
- d. Variabel Komitmen Pelanggan memiliki indikator “ikatan emosional yang kuat dengan layanan dari Transportasi Go-Jek” dengan nilai terendah. Disarankan kepada perusahaan Go-Jek di Surabaya agar mengadakan program khusus yang dapat menimbulkan ikatan emosional pada pelanggan. Misalnya, perusahaan memberikan bingkisan tertentu pada konsumen dengan jumlah transaksi tertentu.
- e. Variabel Loyalitas Pelanggan memiliki indikator “akan menyarankan jasa layanan Go-Jek kepada teman-teman maupun kenalan saya” dengan nilai terendah. Disarankan kepada perusahaan Go-Jek agar mengadakan program promosi khusus kepada pelanggan yang mampu mendorong temannya menjadi pelanggan Go-Jek. Misalnya, perusahaan dapat memberikan bonus berupa potongan harga kepada pelanggan yang dapat mengajak orang lain menjadi pelanggan baru pada layanan Go-Jek.

2. Kepada peneliti di kemudian hari

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Komitmen Pelanggan berkontribusi hanya 37,4% pada Loyalitas Pelanggan. Disarankan kepada peneliti lain di kemudian hari agar menyertakan lebih banyak variabel bebas atau melakukan kombinasi variabel moderasi atau mediasi kepada Loyalitas Pelanggan.



## DAFTAR RUJUKAN

- Almana, La Ode, La Utu, Mustakim, Asraf, La Halisu. 2018. "Effects Of Satisfaction, Trust And Commitment On Customer Loyalty". *International Journal of Scientific & Engineering Research*. Volume 9, Issue 2, pp. 269-276
- Bricci, L., Fragata, A., dan Antunes, J., 2015. "The Effects of Trust, Commitment and Satisfaction on Customer Loyalty in the Distribution Sector". *Journal of Business Economics and Management*. pp. 1-5
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Edisi Pertama. Jakarta : Prenadamedia Group
- Ferdinand Augusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Cetakan ke-IX. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Lee, Kuan-Yin a, Hui-Ling Huang and Yin-Chiech Hsu. 2007. "Trust, Satisfaction and Commitment-On Loyalty to International Retail Service Brands" *Asia Pacific Management Review* (2007) 12 (3), pp. 161-169.
- Lestariningsih, Titin. Hadiyati, Ernani. Astuti, Rini. 2018. "Study of Service Quality and Patient Satisfaction to Trust And Loyalty in Public Hospital, Indonesia". *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*. Volume 3 Issue 2 February 2018, ISSN: 2456-4559. www.ijbmm.com. pp. 01-12.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Oliver, R.L., 2007. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Putu, Eny Guna Pramita. 2019. "Effect Of Experience In Building Satisfaction, Trust And Loyalty". *Journal of Applied Management (JAM)*. Volume 17 Number 1, pp. 76-86
- Silvana, Chandra. 2014. "The Impact of Customer Experience toward Customer Satisfaction and Loyalty of Ciputra World Surabaya". *iBuss Management* Vol. 2, No. 2, (2014) pp. 1-11

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan Dan Penelitian Evaluasi*. Cetakan ke-5. Bandung : Alfabeta

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180320185832-185-284554/survei-shopback-pengguna-grab-kejar-kejaran-dengan-gojek>

<https://www.shopback.co.id/blog/transportasi-online-makin-digemari>

