

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang diperoleh, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini yang berbunyi “Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan muslimah pengguna Go-ride atau Go-car”, dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.
2. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keterikatan Pelanggan. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini yang berbunyi “Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keterikatan pelanggan muslimah pengguna Go-ride atau Go-car”, dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang berbunyi “Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan muslimah pengguna Go-ride atau Go-car” dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

4. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian hipotesis keempat dalam penelitian ini yang berbunyi “Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan muslimah pengguna Go-ride atau Go-car”, dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.
5. Keterikatan Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian hipotesis kelima dalam penelitian ini yang berbunyi “Keterikatan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan muslimah pengguna Go-ride atau Go-car” dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan penelitian yaitu adanya pandemi Covid-19 dan himbauan *physical distancing*, maka penyebaran kuesioner data dalam penelitian ini dilakukan melalui *google form* secara *online*, sehingga tidak bisa bertemu dan berinteraksi langsung dengan para responden.

5.3 Saran

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel keterikatan pelanggan pada item ‘tidak akan menggunakan layanan lain selain Go-ride atau Go-car’ memiliki nilai *mean* terendah yaitu sebesar 3.18 . Berdasarkan nilai *mean* ini, maka disarankan bagi perusahaan untuk melakukan strategi pemasaran dengan memberikan promosi berupa diskon yang diberikan kepada

konsumen, supaya tidak berpindah ke layanan transportasi online yang lain. Hal ini akan menarik konsumen dan memicu adanya peningkatan konsumen dalam menggunakan layanan Go-ride atau Go-car.

2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel loyalitas, menunjukkan bahwa loyalitas penumpang muslimah tidak terlalu tinggi. Hal ini kemungkinan mereka merasa malu berboncengan dengan pengemudi laki-laki yang bukan muhrimnya, seharusnya perusahaan Go-jek lebih memperhatikan kebutuhan konsumen terutama wanita muslimah untuk menawarkan “sekat” berupa pembatas dibelakang driver supaya penumpang muslimah tidak bersentuhan secara fisik.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, N. R., & Saryadi, S. 2018. Pengaruh Kemudahan Akses Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Online Tiket.Com. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 1–5.
- Bara, F., & Prawitowati, T. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Dan Keterikatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 33.
- Christy Angelina Warokka. 2015. Pengaruh Eksperiental Marketing Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Mobil Suzuki Ertiga Pada PT. Sinar Galesong Prima Manado.
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118.
- Dwi Wahyuni, C. R. 2017. Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82.
- Ekonomika, F., & Mulawarman, U. 2019. Hubungan Kelekatan Pelanggan dan Perilaku Keterikatan pada Merek di Media Sosial : Moderasi Gaya Kelekatan Dwi Martiyanti. XIII(1), 44–57.
- Gaol, A. L., & Hidayat, K. S. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 38 No. 1 September 2016*, 38(1), 125–132.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. 2017. The Impact Of Service Quality, Customer Engagement And Selected Marketing Constructs On Airline Passenger Loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(1), 21–40.
- Hartono, A. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Restoran The Naked Crab Surabaya. *Encyclopedia of Systems Biology*, 1646–1646.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Lusiah, Djatmiko Noviantoro, dan A. A. 2019. Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 1.

- Ompusunggu, V. D. K., & Sari, N. 2019. Efektifitas Penggunaan E-Learning Berbasis Edmodo Terhadap Kemampuan Komunikasi Matematika. *Jurnal Curere*, 3(2), 58–66.
- Pebriani, D., & Oktarina, N. 2018. Pengaruh Disiplin, Fasilitas, Dan Motivasi Belajar Terhadap Kecepatan Mengetik Manual. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23.
- Pradana, F. 2018. Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah PT. FAC Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212.
- Putro, S. W. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Setiawati, S., Guspul, A., & Meftahudin. 2020. Pengaruh Service Quality , Food Quality , Price dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Cafe Eatbox Kitchen Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 335–342.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (*Mixed Methods*) Penelitian Tindakan (*Action Research*) dan Penelitian Evaluasi.
- Triana, D., & Oktavianto, W. O. 2013. Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. *Jurnal Fondasi*, 2(2), 182–190.
- Wenas, R. S. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2778–2787.
- Wibowo, A. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 67–81.
- Yusup, F. 2018. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.