

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pemaparan dan pembahasan pada bab sebelumnya maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Variabel service quality terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi Grab. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,454 dan t tabel sebesar 1,987 dengan tingkat signifikan 0,00 karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,454 > 1,987$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,197.
2. Variabel customer experience terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi Grab. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 6,803 dan t tabel sebesar 1,987 dengan tingkat signifikan 0,00 karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($6,803 > 1,987$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,549.
3. Secara simultan nilai f hitung $> t \text{ tabel}$ diperoleh $311,571 > 1,987$ artinya positif. Sementara nilai *p-value* diperoleh pada kolom sig $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa service quality dan customer experience secara bersama-sama atau secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi Grab.

4. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat dari nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,877. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 87,7% service quality dan customer experience (variabel terikat) dapat dijelaskan. Sisanya sebesar 12,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang diajukan oleh penulis kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Hasil penelitian yang telah diteliti dapat diketahui bahwa service quality (kualitas pelayanan) pada umumnya sudah sangat maksimal, perusahaan harus mampu mempertahankan jika perlu lebih ditingkatkan lagi seperti memperhatikan kondisi kendaraan agar membuat pelanggan merasa nyaman, penampilan pengemudi yang bersih dan rapi juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, menjemput dan mengantar pelanggan dengan tepat waktu, bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan.
2. Hasil penelitian yang telah diteliti dapat diketahui bahwa customer experience (pengalaman pelanggan) pada umumnya sudah cukup maksimal tetapi pelanggan tidak selalu menggunakan Grab dan Grab bukan pilihan saat menggunakan transportasi online, perusahaan harus mampu memberikan pengalaman yang lebih mengesankan untuk pelanggannya demi meningkatkan kepuasan pelanggan

dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya, hal ini akan semakin membuat pelanggan tertarik untuk menggunakan transportasi Grab.

3. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini, peneliti menyarankan untuk memperdalam kajian service quality dan customer experience. Serta subjek penelitian selanjutnya dikembangkan dan dapat ditambahkan dengan pelanggan yang lebih luas.

