

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian kali ini meneliti tentang pengaruh *price*, dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* transportasi online (studi pada konsumen GO-JEK di Kota Padang). Penelitian ini berhasil menjawab rumusan masalah yang telah ditulis sebelumnya yaitu:

1. Disimpulkan bahwa *price* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* transportasi online GO-JEK bagi masyarakat Kota Padang.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa banyak responden merasa setuju bahwa harga yang diberikan oleh GO-JEK sudah sesuai dengan layanan yang diberikan. Walaupun harga layanan GO-JEK sesuai dengan layanan yang diberikan, banyak responden merasa tidak setuju dengan pernyataan layanan GO-JEK lebih murah dibandingkan transportasi *online* lainnya. Responden menemukan layanan transportasi *online* yang lebih murah dibandingkan GO-JEK.

2. Disimpulkan bahwa *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* transportasi online GO-JEK bagi masyarakat Kota Padang.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa banyak responden setuju bahwa GO-JEK mudah dihubungi saat konsumen memerlukan

bantuan. Dapat diperhatikan cepat tanggap nya *driver* GO-JEK atau *customer service* GO-JEK itu sendiri. Namun, banyak responden yang merasa kurang setuju dengan pernyataan “Driver GO-JEK selalu menanyakan kebutuhan konsumen yang diperlukan pada saat perjalanan”. Sehingga GO-JEK dapat meningkatkan *service quality* dengan *driver* selalu menanyakan kebutuhan konsumen yang diperlukan saat perjalanan.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Berikut ini implikasi penelitian yang ditujukan kepada praktisi yang akan melakukan penelitian:

Bagi pihak GO-JEK diharapkan untuk memperhatikan *service quality* serta *price* yang akan diberikan kepada pelanggan. GO-JEK sebagai pioneer penyedia layanan transportasi online di Indonesia membuat mereka sebagai standar *price* untuk layanan transportasi online tersebut. Namun, apabila ada layanan transportasi online lain yang memberikan harga lebih murah dengan *service quality* yang sama bahkan lebih bagus, dapat membuat konsumen berpindah dari GO-JEK. Responden pun banyak yang menganggap bahwa *price* layanan sesuai dengan *service quality*.

Pemberian bintang dan komen merupakan salah satu cara untuk mengukur *service quality* dan *customer satisfaction*. Namun, GO-JEK dapat meningkatkan *service quality* nya dengan memenuhi kebutuhan

pelanggan. Dapat kita lihat di tabel 4.7 pernyataan X2.9, bahwa mitra/driver GO-JEK tidak menanyakan kebutuhan konsumen yang diperlukan dalam perjalanan. Pada layanan GO-CAR, GO-JEK dapat menyediakan air minum dikendaraan nya. Sehingga konsumen dapat terlayani selama perjalanan.

Selain itu, GO-JEK dapat juga memberikan layanan khusus untuk penumpang perempuan, seperti memberikan layanan GO-RIDE khusus penumpang perempuan untuk dijemput sama driver perempuan. Keraguan dari orang tua menjadi faktor kurangnya informasi yang didapatkan dari keluarga. Maraknya kasus tindakan tidak pantas dari driver GO-JEK terhadap penumpang juga salah satu pemicunya. Sehingga GO-JEK dapat menyediakan layanan tersebut untuk meningkatkan *service quality* juga keamanan terhadap penumpang perempuan.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Objek Penelitian ini hanya terbatas pada masyarakat Kota Padang saja.

Penelitian ini hanya dilakukan pada masyarakat Kota Padang saja. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian ditempat yang berbeda. Atau dapat memperluas ruang lingkupnya seperti warga Sumatera Barat. karena GO-JEK tidak hanya di Padang saja, namun sudah memperluas wilayahnya ke Payakumbuh, Padang

Panjang, Bukittinggi, dan Solok untuk wilayah Sumatera Barat. Sehingga dapat memberikan pemahaman lebih baik dan hasil yang lebih akurat.

2. Penelitian ini hanya menguji variabel *price*, dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* transportasi online GO-JEK saja.

Pada penelitian ini hanya menguji variabel *price* dan *service quality* terhadap *customer satisfaction*. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel berbeda, atau menambah variabel untuk penelitian ini. Melihat koefisien determinasi *price*, dan *service quality* hanya mempengaruhi 52% terhadap *customer satisfaction*. Maka, diperlukan variabel lain untuk melihat pengaruh apa yang besar terhadap *customer satisfaction*.

3. Jumlah sampel yang digunakan terbatas, hanya sebanyak 100 orang.

Penelitian ini hanya mengumpulkan sampel sebanyak 100 orang, yang didominasi pada umur 21 – 25 tahun dan kalangan pelajar/mahasiswa. Diperlukan sampel yang luas untuk memahami lebih lanjut bagaimana pandangan dari kalangan lebih tua dan juga pekerja lainnya. Agar kita dapat memahami lebih lanjut dan memberikan hasil yang akurat.

4. Waktu yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data ini terbatas yaitu April 2018.

Keterbatasan waktu penelitian ini mengurangi waktu untuk

memahami data yang dikumpulkan oleh peneliti. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan waktu yang lebih lama dalam proses pengumpulan dan pengolahan data. Sehingga dapat memahami lebih lanjut dan memberikan hasil yang lebih akurat.

#### 5.4 Saran

Berikut adalah saran akademisi yang akan melakukan penelitian selanjutnya:

Bagi penelitian mendatang dapat melakukan beberapa pengembangan dari penelitian ini, seperti menggunakan variabel yang sama namun pada sampel yang berbeda atau jasa transportasi online yang berbeda untuk mengetahui hasil konsistensi penelitian. Pada penelitian selanjutnya diharap dapat lebih memvariasikan data yang dikumpulkan sehingga tidak didominasi oleh salah satu kalangan saja. Memperlama waktu penelitian juga perlu untuk lebih memahami data yang sudah dikumpulkan. Selain itu, dapat juga menambah variabel seperti, *customer experience*, *customer loyalty*, *brand advocacy*, dan variabel lain yang relevan dengan metode penelitian yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman yang lebih baik dan hasil yang lebih akurat.