

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 1.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan melalui *SmartPLS* maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dimana persepsi pengguna tentang manfaat aplikasi *Go-Jek* memiliki efek langsung terhadap kepuasan pengguna di Kota Padang.
2. *Perceive Ease of Use* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna, dimana persepsi pengguna tentang kemudahan aplikasi *Go-Jek* tidak memiliki efek langsung terhadap kepuasan pengguna di Kota Padang. Hal ini mungkin disebabkan oleh rata-rata usia responden berkisar antara 18 – 24 tahun, dimana pada rentang usia 18-24 sudah terbiasa dengan pengguna alat teknologi informasi, sehingga kemudahan dalam penggunaan aplikasi tidak lagi menjadi sebuah kepuasan.
3. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dimana kualitas layanan yang diberikan *Go-Jek* memiliki efek langsung terhadap kepuasan pengguna di Kota Padang.
4. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna, dimana kualitas layanan yang diberikan *Go-Jek* tidak memiliki efek langsung terhadap loyalitas pengguna di Kota Padang.

5. Kepuasan pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, dimana kepuasan pengguna Go-Jek memiliki efek langsung terhadap loyalitas pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.

## 1.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang ini mempunyai beberapa implikasi penting, baik bagi pembaca sebagai informasi dan bagi pihak-pihak lain yang membutuhkan informasi sesuai dengan penelitian ini.

Penelitian tentang pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, kualitas layanan, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna. Pada variable *perceived usefulness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variable kepuasan pengguna, dimana itu memiliki arti bahwa pengguna merasakan kepuasan atas manfaat dari penggunaan layanan *Go-Jek* di Kota Padang.

Pada variable *perceived ease of use* mempunyai hubungan positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna, dimana itu memiliki arti bahwa pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan layanan dari *Go-Jek* di Kota Padang namun tidak merasakan kepuasan dari sebuah kemudahan yang diberikan oleh layanan *Go-Jek* di Kota Padang. Hal ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan *Go-Jek* di Kota Padang, dimana harus tetap terus meningkatkan kemudahan-kemudahan dalam layanan yang diberikan untuk pengguna agar pengguna dapat merasakan kepuasan setelah menggunakan layanan dari *Go-Jek* di Kota Padang.

Pada variable kualitas layanan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan layanan, dimana itu memiliki arti bahwa kualitas layanan yang

diberikan oleh *Go-Jek* di Kota Padang sudah memberikan kepuasan dalam penggunaannya. Kualitas layanan harus terus dijaga dan ditingkatkan untuk tercapainya kepuasan dari pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.

Pada variable kualitas layanan mempunyai hubungan positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna, dimana itu memiliki arti bahwa walaupun kualitas layanan yang baik dirasakan oleh pengguna, belum dapat membuat pengguna untuk loyal dan terus menggunakan layanan dari *Go-Jek* di Kota Padang, bagi Perusahaan *Go-Jek* di Kota Padang ini dapat dijadikan masukan bahwa ada faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna selain variable kualitas layanan, serta terus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan agar pengguna dapat terus menggunakan layanan dari *Go-Jek* di Kota Padang apabila dibutuhkan.

Pada variable kepuasan pengguna mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, dimana itu memiliki arti bahwa pengguna *Go-Jek* di Kota Padang dapat merasakan kepuasan dari penggunaan layanan dan terus menggunakan layanan dari *Go-Jek* di Kota Padang apabila dibutuhkan.

### **1.3 Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini belum dapat mewakili dan menggambarkan faktor-faktor yang membuat seseorang loyal terhadap sebuah produk secara keseluruhan karena cakupannya hanya pada *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, kualitas layanan, kepuasan pengguna. Diharapkan peneliti selanjutnya mempertimbangkan faktor-faktor lainnya diluar faktor tersebut.

2. Penelitian ini hanya dilakukan dalam skala kecil pada 130 responden dimana merupakan pengguna Aplikasi *Go-Jek* Kota Padang.
3. Keterbatasan waktu penarikan sampel yang hanya dilakukan pada bulan April 2018, sehingga memungkinkan data bersifat sementara.

#### 1.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan :

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel strategi penentuan harga.
2. Diharapkan pada Perusahaan *Go-Jek* di Kota Padang untuk dapat memperhatikan kualitas layanan agar dapat terus meningkatkan loyalitas pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.
3. Melakukan penelitian yang berkelanjutan agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden selama jangka waktu tertentu.

