

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV maka dapat disimpulkan :

1. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Perceived Value* pada Go-Jek di Kota Bukittinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar tingkat *Service Quality* yang terjadi dalam perusahaan Go-Jek, maka semakin bagus *Customer Perceived Value* perusahaan yang terbentuk dibenak konsumen/pelanggan.
2. *Customer Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Go-Jek di Kota Bukittinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi *Customer Perceived Value*, maka semakin tinggi *Customer Loyalty* terhadap produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen/pelanggan.
3. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Go-Jek di Kota Bukittinggi. Penelitian ini mengindikasikan bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* Go-Jek di Kota Bukittinggi. Dapat diartikan bahwa Semakin tinggi *Service Quality*, maka konsumen/pelanggan akan semakin tinggi *Customer Loyalty* terhadap produk/jasa yang ditawarkan. Dapat diartikan bahwa Semakin tinggi *Service*

Quality, maka semakin tinggi *Customer Loyalty* terhadap produk/jasa yang ditawarkan konsumen/pelanggan.

4. *Customer Perceived Value* memediasi antara *Service Quality* dan *Customer Loyalty* pada Go-Jek di Kota Bukittinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Perceived value* memediasi pengaruh antara *Service Quality* dan *Customer Loyalty* pada Go-Jek di Kota Bukittinggi.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penelitian ini yaitu keamanan memberikan informasi yang bersifat pribadi untuk transaksi Go-Jek. Dari hal tersebut perlu diperhatikan oleh perusahaan Go-Jek dalam pentingnya untuk menjaga setiap informasi yang bersifat pribadi pada setiap transaksi yang dilakukan oleh konsumen/pelanggan agar konsumen merasa aman, terjaga dan terlindungi. Sehingga, kualitas pelayanan konsumen juga semakin meningkat dengan memperoleh layanan yang baik dan berdampak positif terhadap nilai yang dirasakan konsumen yang mana konsumen/pelanggan tetap loyal untuk menggunakan Go-Jek .

Disamping itu Go-Jek juga harus mempertahankan kemudahan dalam penggunaan aplikasi Go-Jek di smartphone yang berguna untuk proses pemesanan Go-Jek. Sehingga konsumen/pelanggan Go-Jek senantiasa mendapatkan kemudahan yang lebih dengan adanya aplikasi Go-Jek di Smartphone yang dimiliki konsumen/pelanggan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian tentang analisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* yang dimediasikan oleh *Customer Perceived Value* pada Go-Jek di Kota Bukittinggi tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan yang ada. Keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini menjadi sumber untuk penelitian di masa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini adalah :

1. Responden dalam penelitian ini hanya dalam skala kecil yaitu 186 responden yang merupakan konsumen/pelanggan yang pernah menggunakan Jasa Go-Jek, peneliti mengambil responden di Kota Bukittinggi. Maka hasil penelitian ini hanya bisa diterapkan pada sudut pandang konsumen/pelanggan yang ada di Kota Bukittinggi saja. Hasil yang sama belum tentu didapatkan jika penelitian dilakukan di daerah lain.
2. Lokasi dalam penelitian ini hanya difokuskan untuk wilayah Kota Bukittinggi. Maka hasil penelitian ini hanya bisa diterapkan di Kota Bukittinggi.

5.4 Saran

Hasil-hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sebagai sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang disarankan dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dan digeneralisasikan dengan objek penelitian yang berbeda seperti jasa transportasi bus, kereta api, pesawat terbang dan angkutan umum lainnya yang sejenis.
- b. Diharapkan pada penelitian selanjutnya menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dan luas seperti anak sekolah dan orang yang sudah bekerja serta menambahkan referensi review penelitian relevan sejenis yang lebih banyak agar hasil penelitian lebih akurat sehingga dapat diterapkan pada Go-Jek maupun secara general.
- c. Dalam penelitian mendatang dapat dilakukan penambahan variabel penelitian seperti penambahan variabel promosi, harga, purchase intention dan niat perilaku konsumen/pelanggan.

2. Saran untuk Go-Jek

1. Diharapkan harga Go-Jek tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan harga pesaing maka dari itu kebijakan penetapan harga perlu diperhitungkan secara matang.
2. Diharapkan layanan yang diberikan oleh Go-Jek kepada konsumen/pelanggan sesuai dengan prosedur yang dibutuhkan konsumen/pelanggan dan Go-Jek dapat melakukan pembaharuan sistem aplikasi yang berkelanjutan.
3. Go-Jek harus mampu bersaing dengan kompetitor yang sejenis dengan mengedepankan kualitas yang baik. Persepsi pelanggan penting untuk

keberlangsungan perusahaan karena itu citra harus dijaga dan ditingkatkan.

4. Go-Jek dituntut untuk bersikap profesional dengan memperhatikan masukan pelanggan, meningkatkan mutu sistem agar Go-Jek mudah didapat, tidak menolak penumpang serta jujur dan ikhlas dalam melayani pelanggan.

5. Go-Jek harus memperbaiki performanya agar pelanggan tidak beralih ke kompetitor lain dengan cara memberikan promo atau diskon kepada pelanggan melalui kerjasama dengan bank tertentu atau mendapatkan poin *reward* untuk setiap penggunaan jasa Go-Jek.

6. Penambahan lingkup penelitian yaitu Jasa Transportasi Go-Jek berada di daerah Kota lainnya dan se-Sumatera Barat.

3. Saran untuk pemerintah

Pemerintah diharapkan memperhatikan perkembangan jasa transportasi Go-Jek online demi kemajuan transportasi tersebut, ini juga dapat berdampak pada devisa negara bagi pemerintah selanjutnya.

