

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Model penelitian ini menggunakan variabel *service quality* dengan dimensi bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*). Kriteria responden yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah pengguna transportasi online Gojek di Kota Payakumbuh yang telah menggunakan Gojek lebih dari 1 kali. Data di ambil dari tanggal 13 Desember- 26 Desember 2018 dengan ukuran proporsional sampel 140 responden.

Hasil pengujian *SEM (structural equational modeling)* dengan *software SmartPLS* disimpulkan bahwa:

1. *Service quality* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *Word Of Mouth (WOM)* pengguna transportasi online Gojek di Kota Payakumbuh dapat dilihat dari nilai *t* statistik lebih besar dari *t* tabel yaitu $3,620892 > 1,65$. Artinya semakin tinggi kemampuan perusahaan Gojek dalam memberikan layanan berupa bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) kepada konsumen, maka semakin tinggi pula informasi positif yang disebarluaskan oleh konsumen kepada orang lain.
2. *Service quality* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap *repurchase intention* pengguna transportasi online Gojek di Kota

Payakumbuh. Dapat dilihat dari nilai t statistik lebih kecil dari t tabel yaitu $1,449736 < 1,65$.

3. *Word of mouth* (WOM) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *repurchase intention* pengguna transportasi online Gojek di Kota Payakumbuh. Dapat dilihat dari nilai t statistik lebih besar dari t tabel yaitu $5,737427 > 1,65$. Artinya semakin banyak konsumen yang merekomendasikan layanan Gojek kepada orang lain maka niat pembelian kembali (*repurchase intention*) akan tercapai.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka kualitas layanan (*service quality*) dan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) harus ditingkatkan oleh perusahaan Gojek khususnya Gojek yang ada di Kota Payakumbuh untuk meningkatkan niat pembelian ulang (*repurchase intention*). Dimana niat pembelian ulang berarti peningkatan bagi pendapatan Gojek dari tahun ke tahun.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting yaitu dari item pernyataan saya akan selalu menggunakan Gojek meskipun ada banyak pesaing dari transportasi online yang lain. Maka dalam hal ini pihak Gojek perlu meminimalisir terjadinya perpindahan (*switching*) para penumpang ke transportasi online yang lain dengan cara terus meningkatkan kualitas pelayanan seperti meningkatkan tampilan fisik pengemudi, kendaraan, dan tampilan fasilitas aplikasi agar terlihat lebih menarik, selain itu pihak Gojek dapat meningkatkan kualitas layanan dengan cara meningkatkan jaminan keselamatan penumpang serta meningkatkan kepedulian kepada para penumpang sehingga hal ini akan

berdampak pada tetap digunakannya Gojek meskipun ada banyak pesaing dari transportasi online yang lain. Selain itu layanan berkualitas yang diberikan Gojek akan membuat para penumpang bersedia merekomendasikan layanan ini kepada orang lain ataupun kerabat dan bahkan mereka akan bersedia untuk meluangkan waktu menyebarkan informasi terkait layanan Gojek ini di media sosial. Pada akhirnya bentuk rekomendasi dan kesan positif yang diberikan oleh pihak Gojek akan mampu meningkatkan niat pembelian kembali pada layanan tersebut.

Selanjutnya dari item pernyataan pengemudi Gojek mengantarkan sesuai dengan lokasi yang diarahkan. Maka pihak Gojek perlu untuk mempertahankan kinerja mereka dalam mengantarkan sesuai dengan lokasi yang diarahkan pengguna agar niat pembelian ulang terus meningkat dari tahun ke tahun.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Disisi lain, keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber bagi penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna transportasi online Gojek di Kota Payakumbuh sehingga hasil penelitian hanya bisa diterapkan pada transportasi online Gojek di Kota Payakumbuh, bila ruang lingkup penelitian di perbesar hingga mencapai wilayah Sumatera Barat, maka hasil penelitian lebih besar implikasinya.

5.4 Saran

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

1. Bagi pihak Gojek di Kota Payakumbuh

Transportasi online Gojek sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang terdiri dari tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian dan komunikasi positif antar mulut ke mulut dalam upaya meningkatkan niat pembelian kembali terhadap layanan Gojek. Terdapat beberapa saran bagi Pihak Gojek diantaranya :

a. Memberikan Jaminan (*assurance*)

Dalam rangka meningkatkan jaminan dalam kualitas layanan, maka sebaiknya pihak Gojek menyediakan layanan pengaduan yang cepat, praktis dan tidak berbelit-belit karena seperti yang kita tahu semua pelanggan pasti mementingkan keselamatan mereka dan memastikan bahwa keselamatan mereka berada di tangan pengemudi yang tepat.

b. Memberikan tanggapan (*responsiveness*)

Dalam hal memberikan tanggapan (*responsiveness*) pihak Gojek dapat mensosialisasikan kepada anggota atau pengemudi Gojek untuk dapat segera datang setelah menerima pesanan tanpa harus dengan sengaja membuat pelanggan menunggu dalam waktu yang lama.

c. Menunjukkan kepedulian (*Emphaty*)

Dalam hal memberikan kepedulian untuk meningkatkan kualitas pelayanan maka pihak Gojek diharapkan mampu mensosialisasikan kepada pengemudi Gojek untuk menunjukkan ketulusan dalam bekerja dan melayani pelanggan dalam bentuk kesopan santunan baik dari perkataan maupun perilaku pengemudi.

d. Memperhatikan Tampilan Fisik (*tangible*)

Dalam hal kehandalan (*tangible*) pengemudi Gojek hendaknya menunjukkan penampilan yang terlihat bersih dan rapi baik dilihat dari sepeda motor yang digunakan, fasilitas berupa helm yang diberikan kepada pelanggan serta dari kerapihan berpakaian pengemudi Gojek.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

a. Penelitian selanjutnya dapat di tambahkan variabel kepuasan (*satisfaction*) sebagai konstruk yang mempengaruhi niat pembelian ulang (*repurchase intention*)

b. Penambahan lingkup penelitian terhadap pengguna transportasi online Gojek se-Sumatera Barat. Selain itu penelitian dengan variabel yang sama dapat di lakukan di objek lain seperti jasa Grab, Uber dan transportasi onlie lainnya.

