

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Pengaruh *E Service Quality*, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Gojek Di Kota Padang. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif yang meliputi pengumpulan data primer, yang didapatkan dari konsumen Gojek di Kota Padang , dan berusia diatas 17 tahun.

Kuesioner dibagikan dalam bentuk Gform oleh peneliti dan di isi dalam bentuk Gform juga oleh para responden. Terdapat 176 responden yang merupakan masyarakat Kota Padang. Dalam 3 rumusan hipotesis penelitian, berbagai pengujian seperti analisis deskriptif, *evaluation of measurement model* (validitas konvergen, validitas diskriminan, dan uji reliabilitas), *evaluation of structural model* (R-Square) dan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4. Setelah semua data didapat, lalu diolah menggunakan SmartPLS 4.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Pengaruh *E Service Quality*, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan secara positif dan signifikan pada Pengguna aplikasi Gojek di Kota Padang.

1.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, terdapat beberapa implikasi yang diperoleh untuk perusahaan Gojek dengan tujuan untuk meningkatkan banyaknya orderan yang

masuk. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa pada indikator harga hal yang paling menarik dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan yaitu dengan adanya pemberian potongan biaya dan voucher, maka dari hal tersebut pihak Gojek sebaiknya untuk lebih sering melakukan potongan harga atau biaya promo untuk event tertentu sehingga bisa meningkatkan jumlah order karna berdasarkan penelitian harga dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

Pada Indikator *E Service Quality* memiliki variable terendah yaitu “Waktu respon dari Gojek sangat cepat” hal tersebut tentu harus di perbaiki oleh pihak Gojek dimana membutuhkan waktu yang lama dalam misalnya menemukan driver apakah driver dari gojek kurang atau memang lama dari pihak Gojek menentukan driver mana yang mengambil orderan dari sebuah pesanan.

Pada Indikator Harga memiliki variable terendah yaitu “Tarif Gojek terjangkau untuk semua kalangan Masyarakat” banyak dari pelanggan yang mengeluhkan bahwa harga yang di tawarkan oleh Gojek lebih mahal dari pada competitor lain, untuk mengatasi tersebut Gojek harus lebih memberikan banyak promo diskon kepada pelanggan agar para pelanggan tidak berpindah kepada competitor lainnya.

Pada Indikator Citra merek memiliki variable terendah yaitu “lokasi kantor Gojek strategi” banyak dari para pelanggan gojek di Padang Tidak mengetahui dimana kantor Gojek dan juga kantor Gojek yang ada di Padang melakukan perpindahan hal tersebut dapat mempengaruhi citra dari Gojek apabila ada dari konsumen yang complain tetapi tidak di tanggapinya tentu harus melapor kepada kantor Gojek sementara kantor dari Gojek berpindah tempat dan banyak yang tidak mengetahui di mana kantor Gojek tersebut.

Strategi lain yang dapat dilakukan antara lain seperti meningkatkan iklan promo - promo menarik dari produk Gojek yaitu seperti membuat iklan lebih banyak pada media elektronik ataupun media online karena saat ini masyarakat khususnya generasi milenial cenderung menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Dalam penelitian ini mencoba untuk menunjukkan bahwa variabel e-service quality, Harga dan Citra Merek sangat berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian pihak Gojek harus mempertahankan layanan e-service nya, memberikan promo-promo potongan harga dan mempertahankan Citra merek yang ada pada Gojek, hal ini sangat tidak memungkinkan untuk membuat konsumen yang menggunakan aplikasi ojek online lainnya akan berpindah menggunakan aplikasi ojek online dari Gojek.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna serta memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan lagi untuk peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel pemberdayaan masyarakat, persepsi masyarakat, dukungan masyarakat, terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan. Sementara masih banyak variabel lain yang berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa indikator dalam mengukur variabel,

sedangkan masih banyak indikator yang berkaitan dengan variabel tersebut.

3. Jumlah sampel yang diolah dalam penelitian ini terbatas yaitu hanya sebanyak 176 orang responden, sehingga belum menggambarkan keseluruhan Masyarakat yang menggunakan aplikasi Gojek di Kota Padang.
4. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden, sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas.

1.4 Saran Penelitian

1.4.1 Saran Bagi Penelitian

Dalam rangka pengembangan penelitian ini, maka diperlukan penelitian berkelanjutan yang lebih luas untuk memperbaiki kelemahan yang ada sehingga dapat disempurnakan. Berikut beberapa saran yang dapat disampaikan untuk praktisi dan akademisi yang akan melanjutkan penelitian ini :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menggunakan variabel yang lebih banyak dan berhubungan terhadap Loyalitas Pelanggan, karena ada banyak variabel yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Padang yang belum diteliti dalam penelitian ini.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperbanyak sampel penelitian, sehingga sampel yang digunakan lebih dapat mewakili populasi yang dipilih.
3. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya sebagai tinjauan pustaka serta sebagai sumber referensi bagi peneliti yang akan melakukan

penelitian mengenai e-service quality, Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.4.2 Saran Bagi Perusahaan

1. Pada indikator *E service Quality* pelanggan yang complain terhadap respon dari pihak Gojek yang lambat dalam menemukan driver hal tersebut harus di atasi agar kenyamanan pelanggan terjaga dapat di Atasi misalnya dengan menambah jumlah personil yang ada agar lebih cepat dalam respon dari pihak Gojek.

2. Pada indikator Harga konsumen yang complain terhadap harga dari Gojek yang lebih mahal dari pada kompetitor yang ada maka Gojek harus lebih melakukan promo misalkan dalam memberikan diskon untuk konsumen agar konsumen tidak berpindah pada *competitor* yang menawarkan harga yang lebih terjangkau.

3. Pada indikator Citra merek pelanggan yang complain terhadap letak kantor Gojek yang tidak strategis, karena kantor sekarang lebih dekat ke Pantai dan untuk konsumen yang berada di Kawasan atas susah untuk akses ke sana karena letaknya yang terlalu jauh. Hal tersebut meski harus melakukan perpindahan mestinya pindah ke daerah pusat kota supaya lebih mudah akses ke kantor tersebut dari segala penjuru Kota Padang.