

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Kepuasan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat beralih pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan, maka semakin besar kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan layanan Okey-Jek dan tidak beralih ke penyedia layanan lain.
2. Kepuasan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Word of Mouth* pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan, maka semakin besar dorongan konsumen untuk merekomendasikan positif atau melakukan *Word of Mouth*.
3. Pengaruh bukti fisik tidak signifikan terhadap niat beralih di mediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik tidak berperan besar dalam meningkatkan kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan layanan Okey-Jek dan beralih ke penyedia layanan lain melalui kepuasan.
4. Pengaruh keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beralih dimediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keandalan Okey-Jek meningkatkan kepuasan, melalui kepuasan tersebut meningkatkan kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan layanan Okey-Jek dan tidak beralih ke penyedia layanan lain.
5. Pengaruh jaminan tidak signifikan terhadap niat beralih di mediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan tidak berperan besar dalam meningkatkan kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan layanan Okey-Jek dan beralih ke penyedia layanan lain melalui kepuasan.

6. Pengaruh daya tanggap tidak signifikan terhadap niat beralih di mediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap tidak berperan besar dalam meningkatkan kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan layanan Okey-Jek dan beralih ke penyedia layanan lain melalui kepuasan.
7. Pengaruh empati memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beralih dimediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empati Okey-Jek meningkatkan kepuasan, melalui kepuasan tersebut meningkatkan kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan layanan Okey-Jek dan tidak beralih ke penyedia layanan lain.
8. Pengaruh bukti fisik tidak signifikan terhadap *Word of Mouth* di mediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik tidak berperan besar dalam meningkatkan kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan layanan Okey-Jek secara sukarela melalui kepuasan.
9. Pengaruh keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth* dimediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keandalan Okey-Jek meningkatkan kepuasan, melalui kepuasan tersebut meningkatkan kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan layanan Okey-Jek secara sukarela melalui kepuasan.
10. Pengaruh jaminan tidak signifikan terhadap *Word of Mouth* di mediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan tidak berperan besar dalam meningkatkan kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan layanan Okey-Jek secara sukarela melalui kepuasan.
11. Pengaruh daya tanggap tidak signifikan terhadap *Word of Mouth* di mediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap tidak berperan besar

dalam meningkatkan kecendrungan konsumen untuk merekomendasikan layanan Okey-Jek secara sukarela melalui kepuasan.

12. Pengaruh empati signifikan terhadap *Word of Mouth* di mediasi oleh kepuasan pada layanan Okey-Jek di kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empati berperan besar dalam meningkatkan kecendrungan konsumen untuk merekomendasikan layanan Okey-Jek secara sukarela melalui kepuasan.

5.2 Implikasi Penelitian

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan penyedia layanan dalam upaya menekan niat beralih pelanggan. Selain itu, secara teoretis penelitian ini memberikan dukungan terhadap teori perilaku konsumen terkait hubungan antara kepuasan pelanggan dan *Switching Intention*.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mengendalikan kecenderungan perilaku berpindah pada layanan serupa. Kepuasan tidak hanya mencerminkan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang diterima, tetapi juga berperan dalam membentuk sikap perilaku konsumen dalam jangka Panjang. Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan dapat diposisikan sebagai penghubung dengan keputusan konsumen untuk mempertahankan atau berpindah kepada layanan yang serupa.

Selanjutnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya kepuasan konsumen berkaitan dengan terpenuhinya harapan konsumen terhadap layanan yang digunakan. Tingkat kepuasan yang tinggi mendorong terbentuknya keterikatan dan mengabaikan penawaran dari penyedia layanan lain. Dalam industri jasa yang bersifat kompetitif, keberlangsungan hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan lebih banyak ditentukan oleh persepsi kepuasan yang terbentuk dari pengalaman.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menghadapi beberapa keterbatasan yang tidak dapat dihindari. Salah satu keterbatasan yang dihadapi adalah keterbatasan waktu penelitian, sehingga proses pengumpulan data

dilakukan dalam periode yang relatif singkat. Selain itu, peneliti juga mengalami kendala dalam mengakses responden, sehingga tidak seluruh responden yang ditargetkan dapat dijangkau secara optimal pada saat pengumpulan data. Peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan observasi dan wawancara secara langsung, sehingga informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini hanya bersumber dari data kuesioner.

5.4 Saran

5.4.1 Bagi Pihak Layanan Okey-Jek

Pihak layanan Okey-Jek disarankan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas layanan yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan perilaku pengguna, khususnya keandalan dan empati. Peningkatan ketepatan waktu, konsistensi layanan, serta perhatian terhadap kebutuhan pengguna diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi niat beralih. Selain itu, meskipun beberapa bagian kualitas layanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan, aspek-aspek tersebut tetap perlu dijaga pada standar yang layak agar tidak menimbulkan ketidakpuasan dan tetap mendukung kualitas layanan secara keseluruhan.

5.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian atau membandingkan beberapa layanan transportasi online agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain di luar kualitas layanan, seperti harga, promosi, persepsi nilai, dan kepercayaan. Penggunaan metode pengumpulan data yang lebih beragam serta desain penelitian longitudinal juga disarankan agar mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perubahan persepsi dan perilaku pengguna dalam jangka panjang.