

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta penjelasan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, dan *Customer Experience* terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi *Online Go-Ride* di Jakarta Selatan, maka kesimpulan yang dapat disampaikan diantaranya :

1. Kualitas Pelayanan (X1) tidak mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Transportasi *Online Go-Ride* di Jakarta Selatan. Hal ini memiliki arti bahwa kualitas pelayanan dengan indikator *Tangibles, Responsive, Assurance*, dan *Emphaty* belum mampu memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan, karena tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan Transportasi *Online Go-Ride* di Jakarta Selatan.
2. Kepercayaan Pelanggan (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi *Online Go-Ride* di Jakarta Selatan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap Gojek dan Go-Ride, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan Transportasi *Online Go-Ride* di Jakarta Selatan.
3. *Customer Experience* (X3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi *Online Go-Ride* di Jakarta Selatan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin baik *customer experience* yang didapatkan pelanggan sudah baik, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan Transportasi *Online Go-Ride* di Jakarta Selatan.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian serta kesimpulan yang telah diuraikan, penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi Gojek sebagai perusahaan Go-Ride dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan :

1. Transportasi *Online Go-Ride* belum berhasil dalam membangun kualitas pelayanan karena tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan *Go-Ride*. Maka dari itu, *Go-Ride* harus lebih fokus dalam meningkatkan kualitas pelayanan, melalui pelatihan yang diberikan kepada driver, karena secara langsung berinteraksi dengan pelanggan, dalam hal komunikasi, penampilan fisik yang menjadi kesan utama serta keramahan dan ketanggapan agar pelayanan dapat membekas di pelanggan, untuk menciptakan perilaku konsumen loyalitas dari kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan transportasi *online Go-Ride* di Jakarta Selatan.
2. Gojek sebagai perusahaan dari Transportasi *Online Go-Ride* berhasil dalam membangun Kepercayaan Pelanggan yang baik karena mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Meskipun demikian, perusahaan perlu meningkatkan standar layanan yang dijanjikan kepada pelanggan. Hal ini dapat diwujudkan dengan memperkuat integritas, yaitu memastikan konsistensi antara janji dan realisasi layanan, serta komitmen terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, diharapkan terjadi peningkatan terhadap kepercayaan pelanggan, yang sekaligus dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan Gojek dan layanan transportasi *Online Go-Ride*.
3. Transportasi *Online Go-Ride* berhasil dalam membangun *Customer Experience* yang baik karena mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Meskipun demikian, sebaiknya diperlukan peningkatan pada pengalaman sensorik (*sense*) yang dialami pelanggan selama berinteraksi dengan layanan *Go-Ride*. Hal ini dapat diwujudkan melalui peningkatan kenyamanan dari kendaraan, serta pelayanan dari driver yang baik dan nyaman dalam hal keramahan, komunikasi dan kepedulian. Dengan demikian, diharapkan peningkatan pada pengalaman pelanggan yang diterima, yang dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan transportasi *Online Go-Ride*.