

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode analisis PLS untuk menguji Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan GoCar (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Pengguna Layanan GoCar), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Semakin baik Kepuasan pengguna GoCar maka Loyalitas Pelanggan juga akan semakin meningkat. Begitu pula dengan sebaliknya, jika semakin tidak baik kepuasan pengguna GoCar maka loyalitas pelanggan juga akan semakin menurun. Hal ini berarti kepuasan memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan pengguna GoCar.
2. Semakin baik Kepercayaan pengguna GoCar maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat, jika pelanggan sudah percaya dengan menggunakan jasa layanan GoCar tersebut maka pelanggan akan terus menggunakan jasa layanan GoCar tersebut. Hal ini berarti kepercayaan memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan pengguna GoCar.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka ada beberapa saran yang peneliti berikan untuk dijadikan bahan pertimbangan pada perusahaan antara lain:

1. Pihak Gojek khususnya pada fitur GoCar diharapkan dapat mengembangkan layanan gocar agar dapat memenuhi harapan para pelanggan yang menginginkan kemudahan dan kenyamanan pada saat menggunakan jasa layanan transportasi online GoCar, sehingga dengan seperti itu pelanggan akan memberikan penilaian bahwa pelanggan telah merasa puas dengan layanan tersebut dan pelanggan akan loyal dengan GoCar karena mendapatkan pelayanan dan kinerja yang berkualitas dan baik.
2. Guna untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pengguna GoCar, maka perusahaan Gojek terutama pada jasa layanan GoCar diharapkan harus bisa menjaga integritas pada perusahaan karena jika perusahaan pada gojek memiliki reputasi yang baik maka pelanggan akan percaya dengan perusahaan gojek tersebut.
3. Sebagai pertimbangan untuk penelitian berikutnya yaitu disarankan untuk menggunakan variabel lain atau variabel tambahan yang belum ditampilkan dalam penelitian ini seperti: kualitas layanan, persepsi dan minat beli, untuk

dijadikan indikator dalam penelitian lanjutan dan juga menggunakan landasan teori yang berbeda agar lebih mengembangkan teori-teori terbaru.