

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari beberapa pengujian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Semakin baik kinerja *e-service quality*, *online promotion* dan persepsi harga yang diberikan perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pasarnya sehingga dapat menciptakan rasa puas yang kemudian akan meningkatkan kesetiaan pelanggan untuk terus menggunakan produk dan jasa dari produsen yang sama.
- 2) Semakin dikembangkan *website* atau sistem pada aplikasi InDrive untuk mempermudah penggunaannya agar *e-service quality* tetap terjaga serta selalu memberikan layanan terbaiknya, maka akan meningkatkan rasa loyalitas pelanggan agar terus menggunakan semua aplikasi yang ditawarkan oleh InDrive. Karena *e-service quality* merupakan salah satu variabel yang memberikan pengaruh terbesar dari kedua variabel independen lainnya.
- 3) Terus melakukan kegiatan promosi online melalui pembuatan konten menarik pada media sosial dan memberi kesempatan para pelanggan untuk memberikan ulasan terhadap pengalaman seperti apa yang didapatkan setelah menggunakan layanan InDrive. Sehingga dapat

membangun kepercayaan pelanggan agar menggunakan layanan tersebut secara berulang.

- 4) Keselarasan yang diberikan antara harga terjangkau dengan kualitas sesuai harapan pelanggan merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dalam penelitian ini, sehingga terdapat beberapa saran untuk pihak-pihak terkait untuk dijadikan sebagai bahan pengambilan keputusan, antara lain:

- 1) Bagi Perusahaan

Berbagai macam aplikasi transportasi *online* yang tersedia di Indonesia terutama di kota Surabaya dengan mayoritas memiliki kesamaan layanan membuat perusahaan harus bersaing untuk mendapatkan perhatian pelanggan agar menjadi produk andalan. Jika melihat dari hasil penelitian ini maka disarankan perusahaan dapat meningkatkan *e-service quality* agar pelanggan selalu ingin menggunakannya, mengembangkan kegiatan promosi *online* agar dapat menarik minat pelanggan, dan menjaga persepsi harga di mata pelanggan agar selalu menjadi transportasi *online* pilihan. Himbauan dari perusahaan untuk semua pihak yang tergabung dengan InDrive seperti para karyawan atau driver untuk selalu memanfaatkan teknologi digital agar turut serta dalam menawarkan dan memperkenalkan produk atau layanannya serta tetap memberikan kualitas layanan terbaiknya.

2) Bagi Pengguna Aplikasi InDrive

Dari segala macam *brand* transportasi *online* yang ada di Surabaya, pelanggan diharapkan dapat memilih dengan tepat dan berhati-hati agar lebih terjaga keamanan dan kenyamanannya serta selalu sesuaikan harga dan kualitas yang telah diberikan.

3) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan ataupun literasi tambahan terhadap penelitian selanjutnya dengan memperbaiki kekurangan dan keterbatasan dari data penelitian ini. Menambah data dan sumber penelitian agar dapat dipercaya, serta selalu memperhatikan syarat-syarat dalam penulisan ilmiah.