

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen Go-Ride di Kota Surabaya, maka dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Hal ini terlihat dari nilai t hitung sebesar 4,715 yang melebihi t tabel 1,661, serta nilai signifikansi 0,004 yang berada di bawah 0,05. Ini mengindikasikan bahwa semakin baik pelayanan yang diterima pelanggan seperti keramahan pengemudi, ketepatan waktu, kenyamanan, dan responsivitas semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk tetap menggunakan layanan Go-Ride. Dengan kata lain, kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen.

2. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil uji t , variabel Harga (X_2) juga berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Nilai t hitung sebesar 2,633 > t tabel 1,661 dengan nilai signifikansi 0,002 < 0,05 menunjukkan bahwa konsumen merespon positif terhadap harga yang dianggap wajar dan sesuai dengan layanan yang diterima. Harga yang terjangkau dan transparan

memberikan rasa kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan. Selain itu, adanya promo dan potongan harga juga menjadi daya tarik tersendiri yang mampu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap layanan Go-Ride.

3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen

Uji parsial (t) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (X3) menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,295 dan signifikansi 0,001, yang berada di bawah batas 0,05. Artinya, kepuasan pelanggan berperan penting dalam membentuk loyalitas. Ketika layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan baik dari segi kecepatan, kenyamanan, profesionalisme, hingga kemudahan akses mereka cenderung tetap menggunakan layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain..

4. Pengaruh Simultan (Uji F) Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Nilai F hitung sebesar 14,032 melebihi F tabel sebesar 2,704, dengan tingkat signifikansi 0,001 yang berada di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi kuat dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Go-Ride di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen Go-Ride di Kota Surabaya, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan, baik secara praktis maupun akademis. Saran-saran ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan layanan transportasi online serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah saran-saran yang disampaikan:

1. Bagi Manajemen Go-Ride, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan secara signifikan dan positif memengaruhi Loyalitas Konsumen. Dengan demikian, penting bagi pihak manajemen untuk terus melakukan evaluasi dan peningkatan terhadap ketiga faktor tersebut secara berkelanjutan.
 - a) Kualitas Pelayanan perlu dijaga dan ditingkatkan, terutama dalam hal sikap dan profesionalisme pengemudi, kenyamanan kendaraan, serta ketepatan waktu penjemputan. Pelatihan dan pembinaan rutin terhadap mitra pengemudi sangat dianjurkan agar standar pelayanan tetap konsisten.
 - b) Strategi penetapan harga juga perlu diperhatikan agar tetap kompetitif di tengah persaingan dengan layanan serupa. Go-Ride disarankan untuk lebih aktif dalam memberikan promo menarik, transparansi tarif, serta fleksibilitas dalam sistem pembayaran untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

- c) Kepuasan pelanggan harus dijadikan indikator utama dalam mengevaluasi performa layanan. Perusahaan dapat membuka saluran feedback yang responsif, memberikan layanan bantuan pelanggan yang cepat, serta memperbaiki sistem aplikasi agar lebih user-friendly dan efisien.
2. Untuk Peneliti Berikutnya, penelitian ini hanya mencakup tiga variabel utama: Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan, yang secara bersama-sama mampu menjelaskan 73,9% dari variabel Loyalitas Konsumen. Masih terdapat 26,1% pengaruh dari variabel lain yang belum dijelajahi. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan penambahan variabel lain seperti kepercayaan konsumen, pengalaman pengguna, kemudahan dalam penggunaan teknologi, atau strategi promosi yang mungkin turut memengaruhi loyalitas konsumen..
 3. Untuk Pengembangan Ilmu Pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam memperkaya kajian ilmu, khususnya di bidang pemasaran jasa dan studi perilaku konsumen. Dengan membuktikan bahwa ketiga variabel bebas memiliki pengaruh terhadap loyalitas, maka penelitian ini bisa menjadi referensi teoritis dan praktis dalam membangun model loyalitas pelanggan, terutama di sektor jasa transportasi berbasis aplikasi. Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya literatur dan memberikan pemahaman baru tentang bagaimana konsumen membentuk loyalitasnya dalam era digital saat ini.