

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap layanan InDrive di Kota Surabaya menggunakan metode SERVQUAL dan Kano Model, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kualitas layanan InDrive secara keseluruhan dinilai sangat baik, dengan nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) sebesar 0,85 yang mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.
2. Analisis SERVQUAL menunjukkan bahwa hampir seluruh atribut memiliki nilai gap negatif, kecuali satu atribut (X2.3 - pengemudi sabar dan tidak mudah marah) yang bernilai positif. Gap terbesar ditemukan pada atribut X1.3 (tersedia berbagai pilihan pembayaran) sebesar -0,57, yang menunjukkan bahwa harapan pelanggan belum sepenuhnya terpenuhi pada aspek tersebut.
3. Berdasarkan analisis Model Kano dengan pendekatan Blauth, mayoritas atribut (11 dari 15) tergolong *One-dimensional*, seperti X1.1, X1.3, X2.1, X3.1, X3.2, X3.3, X4.1, X4.2, X4.3, X5.1, dan X5.2. Tiga atribut masuk kategori *Attractive*, yaitu X1.2, X2.2, dan X5.3, sedangkan satu atribut yaitu X2.3 dikategorikan sebagai *Must-be*.
4. Hasil penggabungan analisis SERVQUAL dan Model Kano menunjukkan bahwa atribut dengan nilai gap tertinggi dan termasuk kategori *One-dimensional*, seperti X1.3 (tersedia berbagai pilihan pembayaran) dan X3.1

(kemudahan menghubungi pengemudi), merupakan prioritas utama untuk perbaikan layanan. Gap yang besar mengindikasikan bahwa harapan pelanggan belum terpenuhi, sedangkan kategori *One-dimensional* menunjukkan bahwa peningkatan pada atribut ini akan langsung meningkatkan kepuasan. Selain itu, atribut-atribut yang termasuk dalam kategori *Attractive* seperti X1.2, X2.2, dan X5.3 dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan kompetitif jika dikembangkan secara optimal. Atribut kategori *Must-be* seperti X2.3 harus dipertahankan kualitasnya karena dianggap sebagai standar minimum oleh pelanggan.

5.2 Saran

1. Pihak inDrive disarankan untuk lebih memfokuskan perhatian pada dimensi *Tangibles*, karena memiliki gap tertinggi. Perbaikan dapat dilakukan dengan meningkatkan kebersihan kendaraan, penampilan pengemudi, dan fasilitas selama perjalanan agar layanan lebih sesuai harapan.
2. Penting bagi pihak inDrive untuk mempertahankan atribut yang telah melampaui ekspektasi, seperti sikap pengemudi yang sabar (X2.3), karena mencerminkan kualitas layanan yang baik. Di sisi lain, atribut dalam kategori *One-dimensional* seperti kemudahan menghubungi pengemudi, kejelasan tarif, dan keselamatan berkendara perlu menjadi prioritas utama karena berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Sementara itu, atribut yang tergolong *Attractive* seperti penampilan pengemudi dan keamanan data juga sebaiknya terus dioptimalkan sebagai nilai tambah yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Agar kualitas layanan tetap

relevan dengan kebutuhan pengguna, evaluasi terhadap persepsi dan harapan pelanggan disarankan dilakukan secara berkala.

3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan indikator atau variabel lain yang relevan dan belum tercakup dalam penelitian, yang berpotensi memengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan mampu mempresentasikan kualitas layanan secara lebih menyeluruh.