

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data dan pembahasan menyimpulkan beberapa hal yang menjadi jawaban atas rumusan masalah penelitian, yaitu:

1. Kualitas layanan elektronik memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi Grab di Surabaya. Semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Grab.
2. Kepuasan pelanggan memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi Grab di Surabaya. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Grab, maka loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Grab akan semakin meningkat.
3. Persepsi harga memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi Grab di Surabaya. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan Grab, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan terhadap layanan Grab.

5.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah disampaikan, terdapat beberapa masukan yang dapat diberikan kepada pihak manajemen Grab Indonesia, yaitu:

1. Manajemen Grab disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan reliabilitas dengan memastikan aplikasi mampu menginformasikan, merespons, dan menjaga pelayanan secara akurat. Peningkatan reliabilitas dapat dilakukan melalui pembaruan sistem secara berkala, penyajian informasi yang konsisten dan *real-time*, serta meminimalkan kesalahan pada aplikasi agar kepercayaan dan loyalitas pelanggan tetap terjaga.
2. Manajemen Grab disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan perasaan puas pada pelanggan dengan memastikan layanan yang diberikan tetap sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas layanan secara konsisten, penyediaan fitur yang relevan, serta evaluasi rutin terhadap umpan balik pelanggan agar pengalaman penggunaan aplikasi Grab tetap memberikan rasa puas dan mendorong loyalitas pelanggan.
3. Manajemen Grab disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing harga dengan menetapkan tarif yang kompetitif dan sesuai dengan kondisi pasar. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui evaluasi harga secara berkala serta penyediaan program promosi yang relevan agar persepsi pelanggan terhadap harga tetap positif dan mendorong peningkatan loyalitas pelanggan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan disarankan untuk menambahkan variabel diluar penelitian ini seperti variabel kepercayaan pelanggan dan citra merek sebagai faktor yang berpotensi memengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu, objek penelitian dapat lebih dispesifikkan pada salah

satu layanan Grab, seperti *GrabBike* atau *GrabFood*, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada masing-masing jenis layanan.