

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari uji analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *intervening*, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. *E-Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan GrabBike di Kota Surabaya memiliki nilai sebesar 0,901 dengan nilai *p-values* sebesar 0,000. Sehingga dapat

diartikan bahwa *e-service quality* yang diberikan oleh *GrabBike* dapat membuat pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

2. *E-Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *GrabBike* di Kota Surabaya memiliki nilai sebesar 0,399 dengan nilai *p-values* sebesar 0,001. Sehingga dapat diartikan bahwa *e-service quality* yang diberikan oleh *GrabBike* dapat dikatakan baik dan pelanggan akan loyal pada perusahaan serta dapat membawa kesan yang positif bagi perusahaan di masa yang mendatang.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *GrabBike* di Kota Surabaya memiliki nilai sebesar 0,486 dengan nilai *p-values* sebesar 0,000. Sehingga dapat diartikan bahwa *e-service quality* yang diberikan oleh *GrabBike* dapat membuat pelanggan merasa puas serta dapat membawa kesan yang positif bagi perusahaan dan memuaskan kebutuhan pelanggan juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.
4. Secara tidak langsung *E-Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan *GrabBike* di Kota Surabaya memiliki nilai sebesar 0,438 dengan nilai *p-values* sebesar 0,000. Sehingga dapat diartikan bahwa *e-service quality* yang diberikan oleh *GrabBike* akan membuat pelanggan merasa puas dan pelanggan akan memberikan kesan yang

positif kemudian memiliki sikap loyal yang berujung pada pembelian ulang pada layanan jasa *GrabBike*, tidak terpengaruh oleh pihak lain dan mereferensikan pengalaman pembelian jasanya kepada orang lain.

Berdasarkan hasil uji analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik *e-service quality* maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta dapat menciptakan suatu kepuasan pelanggan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dalam penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

1. Pada saat ini penyedia layanan jasa transportasi *online* sangat beragam. Dengan adanya hal ini maka dapat diketahui bahwa terdapat banyak pesaing yang sejenis dalam industri penyedia layanan jasa transportasi *online* seperti Grab. Perusahaan diharapkan harus lebih memperhatikan *e-service quality* yaitu hal sangat penting dalam memberikan pelayanan jasa yang baik di dalam benak pelanggan dengan meningkatkan kualitas *e-service quality* yang dimiliki oleh Grab sehingga layanan jasa transportasi *online* Grab dapat lebih unggul dalam persaingan yang tidak dapat ditemukan dalam penyedia layanan jasa transportasi *online* lainnya. Kemudian Grab juga dapat memberikan inovasi baru yang dapat menguntungkan perusahaan karena layanan jasa yang ditawarkan akan lebih diminati dan mudah untuk diingat oleh pelanggan.

2. Dalam menjaga kepuasan pelanggan Grab, perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi pelanggannya harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan dari pelanggannya dengan memberikan layanan jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan diharapkan dapat menciptakan suatu kepuasan kepada pelanggan setiap saat.
3. Dalam menjaga loyalitas pelanggan Grab, perusahaan dapat melakukan peningkatan layanan jasa yang diberikan faktor-faktor yang dapat membentuk kepuasan pelanggan sehingga dengan meningkatnya layanan jasa yang diberikan kepada pelanggan akan menimbulkan sikap loyal dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas dengan layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan maka akan timbul rasa untuk melakukan pembelian ulang sehingga dapat terciptanya rasa loyalitas pada layanan jasa tersebut.