

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pelayanan Grab terhadap kepuasan pelanggan merupakan dua variabel yang peneliti gambarkan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan. Dalam penelitian ini memuat satu variabel bebas (X) harapan konsumen dengan tiga indikator yaitu *Will Expectation*, *Should Expectation*, *Ideal Expectation* dan Variabel Terikat (Y) yang menjadi target pengujian kepuasan pelanggan dengan lima indikator yaitu tetap setia, Menggunakan kembali produk/jasa yang ditawarkan, Merekomendasikan produk atau jasa yang ditawarkan, Bersedia membayar lebih dan Memberi masukan/memberikan rating. Hasil penelitian ini mampu mengungkap bahwa harapan konsumen mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan yang diharapkan oleh konsumen. Harapan konsumen adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan Grab kurang puas terhadap layanan maka hal tersebut akan menurunkan rating bintang.

Hasil uji prasyarat uji normalitas memunculkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diketahui adalah $0,008 > 0,05$. Nilai tersebut jika disimpulkan memiliki nilai signifikansi normal. Data di atas masuk pada kategori normal. Uji linieritas memunculkan nilai *Sig. linearity* yang diketahui $0,000 > 0,05$. Nilai tersebut jika disimpulkan memiliki nilai Signifikansi terdistribusi normal. Data di atas masuk pada linier.

Uji hipotesis menghasilkan, Koefisien determinasi memperoleh nilai 0,574. Jika diambil kesimpulan pada hasil perhitungan dapat dikatakan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam taraf rendah yakni sebesar 0,574 dan jika diambil keputusan secara persentase kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 57%. Uji F memperoleh nilai Sig.

sebesar 0,000. Signifikansi Bvalue memperoleh nilai Sig 0,000 > dari nilai (a) yaitu 0,05 artinya **Ha** diterima dan **H0** ditolak. Dengan taraf uji 5% cukup untuk membuktikan bahwa harapan konsumen mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Uji T memperoleh T_{hitung} sebesar $11,491 > T_{tabel}$ sebesar 0.1654. Dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Signifikansi b/konstan memperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 > dari nilai alpha sebesar 0,05. Artinya **Ha** diterima dan **H0** ditolak. Dengan taraf uji 5% cukup untuk membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa angka menunjukkan hubungan fungsional antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dengan koefisien konstanta (α) sebesar 0,704 dan koefisien kualitas layanan (β) sebesar 0,935 sehingga membentuk kurva dengan nilai yang positif.

5.2. Saran

Hasil penelitian yang didapat peneliti mengusulkan beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Saran peneliti untuk perusahaan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan *customer* dan memberikan training SOP kepada *driver* agar supaya harapan konsumen selalu merasa puas dengan pelayanan yang telah di berikan.
2. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan *customer*.