

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan Gojek di Jakarta Selatan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan layanan Gojek pada masyarakat di Jakarta Selatan. Hasil ini membuktikan bahwa empati, ketanggapan, keandalan, jaminan, dan bukti fisik dapat mendorong loyalitas pelanggan Gojek.
2. Citra merek tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan layanan Gojek pada masyarakat di Jakarta Selatan. Hasil ini tidak mendukung hipotesis yang diajukan, salah satu penyebabnya yaitu adanya faktor-faktor lain yang lebih dominan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan Gojek pada masyarakat di Jakarta Selatan. Hasil ini membuktikan bahwa empati, ketanggapan, keandalan, jaminan, dan bukti fisik dapat mendorong kepuasan pelanggan Gojek.
4. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan Gojek pada masyarakat di Jakarta Selatan. Hasil ini membuktikan bahwa kekuatan asosiasi merek, keunikan asosiasi merek, dan keunggulan asosiasi merek dapat mendorong kepuasan pelanggan Gojek.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan layanan Gojek pada masyarakat di Jakarta Selatan. Hasil ini membuktikan bahwa kesesuaian harapan, minat beli ulang, dan kesediaan merekomendasikan dapat mendorong loyalitas pelanggan Gojek.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan Gojek

pada masyarakat di Jakarta Selatan. Hasil ini membuktikan bahwa empati, ketanggapan, keandalan, jaminan, dan bukti fisik dapat mendorong loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Gojek.

7. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan Gojek pada masyarakat di Jakarta Selatan. Hasil ini membuktikan bahwa kesesuaian harapan, minat beli ulang, dan kesediaan merekomendasikan dapat mendorong loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Gojek.

5.1 Keterbatasan Penelitian

Walaupun penelitian ini telah disusun melalui proses yang mengacu pada aturan dan pedoman yang berlaku. Namun, tentu masih terdapat beberapa keterbatasan dalam proses pelaksanaannya Berikut ini adalah beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti dalam menyusun penelitian ini:

1. Keterbatasan waktu dalam penelitian ini menyebabkan fokus penelitian hanya memungkinkan pada aspek-aspek yang dianggap paling relevan. Sehingga, beberapa variabel yang potensial belum sepenuhnya diteliti.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Variabel-variabel tersebut bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan secara keseluruhan.
3. Responden penelitian ini hanya terdiri atas konsumen yang beraktivitas di wilayah Jakarta Selatan, sebanyak 100 orang. Jumlah ini dinilai belum cukup untuk merepresentasikan kondisi secara lebih luas. Kesimpulan penelitian hanya didasarkan pada data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk mengukur kepuasan dan loyalitas konsumen di wilayah lainnya.

5.3 Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan Gojek di Jakarta Selatan, beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, atau mungkin dapat dijadikan referensi bagi pembaca, yaitu sebagai

berikut:

1. Meskipun pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung tidak terlalu besar, hal ini tetap penting untuk diperhatikan. Hal ini disebabkan oleh adanya pengaruh yang lebih kuat dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi secara tidak langsung dalam meningkatkan loyalitas. Dengan demikian, penting bagi Gojek untuk fokus pada peningkatan kualitas pelayanan melalui upaya kepuasan pelanggan sehingga lebih efektif untuk mendorong loyalitas pelanggan secara keseluruhan.
2. Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang berarti citra merek yang ada pada Gojek tidak cukup untuk menimbulkan loyalitas pelanggan. Selain itu, nilai indikator citra merek pada pernyataan “elemen visual seperti logo, desain, merek dagang pada layanan ini mudah diingat dan dikenali” memiliki nilai paling rendah dibandingkan dengan pernyataan indikator lainnya. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti asosiasi negatif terhadap elemen visual akibat dari pengalaman buruk oleh pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi Gojek untuk memperbaiki pengalaman pelanggan secara keseluruhan melalui aspek lainnya seperti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan menjadi faktor yang paling besar mempengaruhi loyalitas pelanggan dibandingkan faktor lainnya seperti kualitas pelayanan dan citra merek. Hal ini terkait dengan tingkat pengaruh kualitas pelayanan yang dimediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan tingkat pengaruh citra merek yang dimediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang cukup besar. Sehingga, penting bagi Gojek untuk memperhatikan strategi yang secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan, karena kepuasan ini berperan sebagai mediator utama yang memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan maupun citra merek terhadap loyalitas pelanggan.