

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan analisis temuan penelitian dengan memakai metode PLS (*Partial Least Square*) terkait dengan pengaruh *service quality* serta *brand image* pada *customer loyalty* dimediasi *customer satisfaction* di *Grab ride-hailing*, maka dapat dihasilkan sejumlah kesimpulan sebagai berikut.

Service quality tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada *Grab ride-hailing* sehingga hipotesis ditolak. Temuan juga menunjukkan bahwa pengaruh antar variabel tidak signifikan serta memiliki arah hubungan yang negatif. Hasil ini memperlihatkan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat *service quality* yang diberikan oleh Grab, tidak akan memengaruhi tingkat *customer loyalty* secara langsung. Sehingga, *service quality* bukan menjadi alasan penting dalam mendorong tingkat loyalitas pelanggan *Grab ride-hailing*.

Brand image berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada *Grab ride-hailing* sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh antar variabel signifikan dan memiliki arah hubungan yang positif. Hasil ini membuktikan bahwa semakin baik citra Grab dalam persepsi pelanggan, maka semakin tinggi juga kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan *Grab ride-hailing*. Sehingga, *brand image* dapat menjadi salah satu faktor utama yang mendorong tingkat loyalitas pelanggan *Grab ride-hailing*.

Customer satisfaction berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada *Grab ride-hailing* sehingga hipotesis diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh antar variabel signifikan dan memiliki arah hubungan yang positif. Hasil ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan Grab. Sehingga, *customer satisfaction* dapat menjadi salah satu faktor utama yang mendorong tingkat loyalitas pelanggan *Grab ride-hailing*.

Service quality berpengaruh terhadap *customer loyalty* dimediasi oleh *customer satisfaction* pada *Grab ride-hailing* sehingga hipotesis diterima. Temuan ini menyatakan bahwa pengaruh antar variabel signifikan dan memiliki arah hubungan yang positif. Hasil ini memperlihatkan *customer satisfaction* memegang

peranan memediasi pengaruh *service quality* pada *customer loyalty* dalam kategori *full mediation*, peningkatan kualitas layanan Grab tidak secara langsung mendorong loyalitas pelanggan, namun *customer satisfaction* yang berperan sebagai mediasi akan lebih dahulu meningkat sehingga akan mendorong tingkat loyalitas pelanggan Grab *ride-hailing*.

Brand image berpengaruh terhadap *customer loyalty* dimediasi oleh *customer satisfaction* pada Grab *ride-hailing* sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *customer satisfaction* berperan dalam memediasi pengaruh *brand image* terhadap *customer loyalty* dalam kategori mediasi parsial dengan tipe *complementary mediation*. Semakin baik citra Grab dalam benak pelanggan, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara langsung dan juga melalui *customer satisfaction* pada Grab *ride-hailing*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam menyusun penelitian, keterbatasan penelitian ini adalah menerapkan metode *non probability sampling*, di mana responden dalam penelitian dipilih berdasarkan kriteria khusus yang dianggap sesuai dengan tujuan dalam penelitian.

5.3 Saran

a. Bagi Perusahaan

Perusahaan disarankan untuk memfokuskan pengelolaan untuk memperkuat *brand image* terutama dalam aspek *affective image* dengan mengembangkan layanan yang lebih personal dan menekankan pada pengalaman emosional pelanggan seperti mengembangkan fitur preferensi perjalanan untuk melakukan penyesuaian kondisi pengguna yang terintegrasi pada tampilan aplikasi pengemudi.

Selanjutnya, Perusahaan disarankan untuk memperkuat *customer satisfaction* terutama melalui aspek *comparison to ideal* dengan melakukan analisis terhadap transaksi perjalanan yang dilakukan dan memerhatikan pola perjalanan pengguna terhadap layanan yang diberikan, seperti *rating* yang sering diberikan, toleransi terhadap waktu yang dijanjikan, dan dapat digunakan *feedback* perjalanan untuk mengetahui kesesuaian perjalanan yang telah berlangsung.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan teknik *sampling* lainnya, seperti *probability sampling* sehingga mampu meningkatkan peluang bagi responden untuk dapat menjadi sampel dalam penelitian. Kemudian, dengan menerapkan *probability sampling* mampu diperoleh hasil data yang dapat digeneralisasi tidak terbatas pada hasil tertentu.