

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis mengenai “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pengguna Transportasi Online Grab Generasi Z di Kabupaten Kuningan)” menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan AMOS, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna transportasi online Grab Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi Grab digunakan, maka semakin tinggi kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan Grab secara berulang.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna transportasi online Grab Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Grab, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan untuk menggunakan kembali layanan Grab dan merekomendasikannya kepada orang lain.
3. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi online Grab Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi Grab digunakan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Kemudahan dalam proses pemesanan, pembayaran, serta penggunaan fitur aplikasi mampu memberikan pengalaman yang lebih nyaman bagi pelanggan.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi online Grab Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik seperti ketepatan waktu penjemputan, keramahan pengemudi, keamanan

perjalanan, serta respon pelayanan yang cepat mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan Grab.

5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna transportasi online Grab Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Grab, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan terhadap layanan tersebut.
6. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna transportasi online Grab Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang selanjutnya berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan.
7. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna transportasi online Grab Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan terhadap layanan Grab.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Grab maupun peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan variabel kemudahan penggunaan, indikator dengan nilai paling rendah terdapat pada pernyataan mengenai pengguna yang masih merasa memerlukan usaha dalam menggunakan aplikasi Grab. Oleh karena itu, pihak Grab disarankan untuk terus meningkatkan tampilan antarmuka aplikasi agar lebih sederhana, mudah dipahami, serta meningkatkan kemudahan akses fitur bagi seluruh pengguna, khususnya Generasi Z di Kabupaten Kuningan.
2. Berdasarkan variabel kualitas pelayanan, indikator dengan nilai paling rendah terdapat pada pernyataan mengenai perhatian driver terhadap kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, pihak Grab disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan kepada driver terkait keramahan, komunikasi, dan

kemampuan memahami kebutuhan pelanggan agar pelanggan merasa lebih diperhatikan selama menggunakan layanan.

3. Berdasarkan variabel kepuasan pelanggan, indikator dengan nilai paling rendah terdapat pada pernyataan mengenai kesediaan pelanggan untuk berbagi pengalaman positif kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan masih perlu ditingkatkan agar pelanggan memiliki pengalaman yang lebih berkesan dan terdorong untuk merekomendasikan layanan Grab kepada orang lain.
4. Berdasarkan variabel loyalitas pelanggan, indikator dengan nilai paling rendah terdapat pada pernyataan mengenai pelanggan yang masih mempertimbangkan untuk berpindah ke aplikasi transportasi online lain. Oleh karena itu, pihak Grab perlu meningkatkan strategi loyalitas pelanggan seperti pemberian promo, peningkatan kualitas layanan, serta menjaga kenyamanan dan keamanan pelanggan agar pelanggan tetap memilih Grab dibandingkan layanan pesaing.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti harga, promosi, citra merek, kepercayaan pelanggan, maupun kualitas sistem aplikasi sehingga hasil penelitian dapat lebih berkembang dan memberikan hasil yang lebih luas.