

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada Bab IV maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pada GRAB dan GOJEK kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sama-sama dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan nilai keuntungan yang diterima dan dirasakan oleh pelanggannya.
- b. Kepuasan pelanggan GRAB lebih banyak dipengaruhi oleh nilai keuntungan yang dirasakan oleh pelanggannya dibandingkan oleh pelayanan yang diterima. Hal tersebut berbanding terbalik dengan pelanggan GOJEK dimana kepuasan pelanggan lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima dibandingkan oleh nilai keuntungan yang dirasakan.
- c. Kualitas pelayanan dan nilai keuntungan yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan GRAB lebih besar dibandingkan pada GOJEK.

5.2. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat dirumuskan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Persepsi nilai keuntungan yang dirasakan oleh pelanggan bagi GRAB hendaknya menjadi fokus perusahaan untuk terus ditingkatkan karena

aspek tersebut menyumbang pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan, yaitu 20,5 %.

- b. Kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan bagi GOJEK hendaknya menjadi fokus perusahaan untuk terus ditingkatkan karena aspek tersebut menyumbang pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan, yaitu 22,0 %.
- c. Tantangan bagi penelitian selanjutnya adalah untuk menemukan faktor-faktor yang lebih dominan dari pada *perceived service quality* dan *perceived value* dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan baik pada GRAB maupun pada GOJEK.

