

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian serta pembahasan terkait Pengaruh Komunikasi *Customer Service* GoPartner terhadap Kepuasan Driver Gojek Kota Bekasi. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif serta menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) (2015, Rice dalam Budiargo).

Maka pada hasil pengujian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dengan hasil responden sebanyak 100 orang yang sudah diberikan 29 pernyataan dapat disimpulkan bahwa komunikasi pelayanan (X) *customer service* GoPartner dengan nilai pengaruh sebesar 79,6% memberikan kesan positif bahwa komunikasi yang terjadi antara *customer service* dengan driver Gojek berlangsung dengan baik.
2. Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan bahwa variabel komunikasi pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelayanan, maka dari itu hipotesis ini berupa pengaruh komunikasi *customer service* GoPartner terhadap kepuasan driver Gojek Kota Bekasi dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa komunikasi pelayanan signifikansi terhadap kepuasan pelayanan, dari hasil penelitian tersebut driver Gojek Kota Bekasi mendapatkan kesan positif dalam komunikasi dengan *customer service* GoPartner dalam menunjang pekerjaan. Dan melalui hasil analisis yang telah diolah dan didapatkan oleh peneliti, maka peneliti dapat memberikan saran yaitu sebagai berikut:

a) Saran Teoritis

1. Memperhatikan dan mengukur apabila adanya variabel lain terkait dengan fenomena ini seperti, kualitas komunikasi, komunikasi pemasaran, dan sebagainya yang mungkin memiliki tingkat pengaruh yang lebih signifikan terhadap penelitian ini yang

menekankan pada komunikasi pelayanan terhadap kepuasan pelayanan.

2. Menggunakan subjek maupun objek penelitian yang berbeda dengan penelitian ini seperti Grab, Shopee, maupun aplikator transportasi *online* lainnya guna untuk menggali dan memperluas fenomena yang bisa untuk diteliti lebih lanjut.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan agar bisa memperluas indikator variabel maupun kajian teori yang ada didalam penelitian ini guna untuk mendapatkan sudut pandang jawaban yang berbeda terkait fenomena ini.

b) Saran Praktis

1. Kepada pihak PT Gojek Indonesia selaku pemilik aplikasi GoPartner bahwa dengan hasil variabel komunikasi pelayanan mempengaruhi kepuasan pelayanan menunjukkan adanya sisi positif. Tentu hal ini juga menjadi motivasi agar terus meningkatkan kualitas dan fitur *customer service* untuk melayani para mitra driver.
2. Kepada pihak PT Gojek Indonesia selaku pemilik aplikasi GoPartner bahwa dengan adanya pengaruh komunikasi pelayanan sebesar 79,6% terhadap kepuasan pelayanan, tentu ini menjadi motivasi dan saran untuk pihak aplikator agar memperhatikan kondisi setiap driver.