

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan juga analisis maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Fasilitas

Variabel fasilitas menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan tidak signifikan berdasarkan hasil analisis data. Meskipun keberadaan fasilitas dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan dalam menggunakan layanan yang ditawarkan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa faktor tersebut tidak cukup kuat untuk secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini dapat terjadi karena pelanggan lebih memprioritaskan faktor lain, seperti kualitas pelayanan atau harga, dibandingkan dengan fasilitas yang tersedia. Dengan demikian, meskipun fasilitas berperan sebagai pendukung dalam meningkatkan pengalaman pelanggan, pengaruhnya terhadap kepuasan secara keseluruhan cenderung tidak dominan.

2. Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil analisis data yang mengindikasikan nilai signifikansi berada di bawah

batas yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Gojek memiliki dampak positif yang nyata terhadap tingkat kepuasan mereka. Apabila pelanggan merasa bahwa layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, hal tersebut akan secara langsung meningkatkan rasa puas dan loyalitas mereka terhadap layanan yang digunakan.

3. Persepsi Harga

Variabel kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi harga, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil analisis yang mengindikasikan nilai signifikansi berada di bawah batas yang ditetapkan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa ketika pelanggan merasakan kualitas pelayanan yang baik, mereka cenderung menganggap harga yang ditawarkan oleh Gojek sebanding dengan nilai atau manfaat yang mereka peroleh. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga tidak hanya bergantung pada angka nominal, tetapi juga pada kualitas layanan yang diterima, yang pada akhirnya berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

4. Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa fasilitas, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Gojek Indonesia di wilayah Kota Bekasi Utara. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga

variabel independen tersebut berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, fasilitas yang memadai, pelayanan berkualitas, dan persepsi harga yang sesuai dengan nilai yang diterima oleh pelanggan dapat dianggap sebagai beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti dapat memberikan beberapa rekomendasi dan masukan yang berguna bagi PT. Gojek Indonesia.

1. Saran untuk Perusahaan

- a. Perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan fasilitas yang ada, baik dari segi teknologi aplikasi maupun kelengkapan layanan. Contohnya, meningkatkan stabilitas aplikasi agar dapat diakses tanpa kendala, terutama saat permintaan tinggi seperti pada jam sibuk atau dalam kondisi cuaca buruk. Selain itu, penting untuk memastikan kenyamanan dan keamanan pelanggan melalui pembaruan fasilitas kendaraan mitra, seperti menyediakan helm yang bersih dan pelindung hujan.
- b. PT Gojek Indonesia disarankan untuk meningkatkan pelatihan bagi mitra pengemudi agar dapat memberikan layanan yang lebih ramah, profesional, dan tepat waktu. Penerapan standar pelayanan

yang lebih ketat dapat membantu menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Selain itu, perusahaan juga dapat menyediakan fitur evaluasi yang lebih komprehensif dalam aplikasi untuk memantau kinerja mitra pengemudi secara berkelanjutan.

- c. Untuk memastikan pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas layanan, perusahaan disarankan untuk memberikan transparansi dalam penentuan tarif, terutama pada saat jam sibuk atau kondisi cuaca buruk. Selain itu, program promosi, diskon, atau poin loyalitas dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka.

2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian di masa mendatang untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti reputasi perusahaan, keberlanjutan lingkungan, atau kemudahan penggunaan aplikasi. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menerapkan metode penelitian yang berbeda atau memperluas area kajian guna memperoleh hasil yang lebih umum.