

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada jasa transportasi *online* (Gojek) maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Komitmen mempunyai pengaruh terhadap *Customer Loyalty* sebesar 66% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dan sisanya 34% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara Komitmen terhadap *Customer Loyalty* pada jasa transportasi *online* (Gojek). Komitmen memiliki pengaruh positif, yang berarti *Customer Loyalty* akan meningkat apabila Komitmen konsumen berjalan dengan baik.
2. Variabel Kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap *Customer Loyalty* sebesar 39,8% dan sisanya 60,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap *Customer Loyalty* pada jasa transportasi *online* (Gojek). Kepercayaan memiliki pengaruh positif, yang berarti *Customer Loyalty* akan meningkat apabila Kepercayaan berjalan dengan baik.

3. Komitmen dan Kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap *Customer Loyalty* sebesar 66,4% dan sisanya 33,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara Komitmen dan Kepercayaan terhadap *Customer Loyalty* pada jasa transportasi *online* (Gojek). Komitmen dan Kepercayaan memiliki pengaruh positif, yang berarti *Customer Loyalty* akan meningkat jika Pengalaman Komitmen dan Kepercayaan berjalan dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk jasa transportasi *online* (Gojek), yaitu :

1. Komitmen memiliki pengaruh yang positif terhadap *Customer Loyalty*. Maka dari itu penulis memberikan saran agar perusahaan lebih meningkatkan pelayanannya seperti kemudahan dalam menggunakan aplikasi, keamanan saat melakukan perjalanan menuju tempat tujuan, dan juga keamanan dalam berbelanja agar Komitmen pada *customer* (Gojek) semakin membaik, sehingga dapat meningkatkan *Customer Loyalty* penggunaan transportasi *online* (Gojek).
2. Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap *Customer Loyalty*. Untuk meningkatkan *Customer Loyalty* hendaknya perusahaan membuat *customer* dapat merasa percaya dalam menggunakan layanan jasa transportasi *online* ataupun berbelanja melalui aplikasi Gojek seperti, memberikan

identitas resmi para driver yang melakukan pick up barang dari setiap *customer*, memberikan klaim untuk barang yang rusak atau tidak sesuai pesanan *customer* dan lain – lain, sehingga *customer* percaya terhadap jasa transportasi *online* (Gojek).

3. Hendaknya perusahaan lebih meningkatkan pelayanannya dan kinerja yang dapat menciptakan Komitmen yang baik dan meingkatkan Kepercayaan setiap *customer*. Sehingga loyalitas *customer* dapat meningkat pula Komitmen dan Kepercayaan *customer* memiliki pgaruh yang cukup besar dan positif terhadap Loyalitas *customer* .

