

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan diskusi atas pengaruh kualitas pelayanan atas kepuasan pelanggan *ride hailing* dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan indikator yang digunakan untuk menilai setiap dimensi. Pada studi kasus 1 terdapat empat indikator pada masing-masing dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Pada studi kasus 2 terdapat empat indikator *tangibles*, tiga indikator *reliability* dan *responsiveness*, dan dua indikator *assurance* dan *emphaty*.
2. Kualitas pelayanan memberi pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *ride hailing* studi kasus 1 dan studi kasus 2.
3. Terdapat perbedaan hasil penilaian kepuasan pelanggan *ride hailing* dengan menggunakan metode *servqual*, dimana pada studi kasus 1 dimensi *tangibles*, *reliability*, dan *emphaty* telah memenuhi harapan pelanggan, dan pada studi kasus 2, dimensi *reliability* dan *responsiveness* telah memenuhi harapan pelanggan

5.2 Saran

Studi literatur ini membahas mengenai pengukuran kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode *servqual* dengan melihat perbedaan indikator yang ada dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian kualitas layanan menggunakan metode *kano* yang memiliki tujuan untuk mengkategorikan dimensi pelayanan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Utama

- K. Man et al. (2019). *Evaluation of Service Quality Dimensions towards Customer's Satisfaction of Ride-Hailing Services in Kuala Lumpur, Malaysia*. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE). <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v7i5s/ES2132017519.pdf>
- Murad et al. (2019). *The Correlation between Customer Satisfaction and Service Quality in Jordanian Uber & Careem*. International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE). DOI: 10.35940/ijitee.L2777.1081219

Refrensi Pendukung

- T Huy & Pham (2021). *Effect of Management Commitment to Service Quality on Car-hailing Drivers' Service Behaviors: The Case of GrabCar in Vietnam*. National Economics University, Hanoi, Vietnam. DOI: 10.2478/orga-2021-0009
- Cheng-Xi Aw et al. (2019). *To grab or not to grab? The role of trust and perceived value in on-demand ride sharing services: Asia Pacific* Journal of Marketing and Logistics. DOI: 10.1108/APJML-09-2018-0368
- N. Najmah et al. (2019). *Factors Affecting Customers' Perception Toward Service Quality of Grab*: International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE).

- Kurniawati et al. (2021). *The Study of Customer Satisfaction Among Grab Users in Kuala Lumpur, Malaysia*: Electronic Journal of Business and Management
- Ahmed et al. (2020). *The Impact of Uber and Lyft on Taxi Service Quality: Evidence from New York City*: Social Science Research Network. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3267082>
- Caesaron et al. (2021). *Evaluation of Online-Based Ride- Hailing Services Using Service Quality (Servqual) Method, Refined Kano Model, Importance Performance Analysis (IPA), and Quality Function Deployment (QFD): A Case Study of Grab Bike Indonesia*: Industrial Engineering Department, Telkom University. DOI: 10.21512/comtech.v12i2.6790
- Murdianto & Perdanakusuma. (2019). *Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go- Jek Kota Malang)*: Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer.
- Surya. (2019). *Customer Loyalty From Perspective of Marketing Mix Strategy and Customer Satisfaction a Study From Grab - Online Transportation in Era of Industrial Revolution 4.0*: Jurnal Ilmiah Manajemen, Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia
- Dewa. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)*: AMIK BSI Yogyakarta