

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis variabel *customer relationship management* meliputi dimensi sumber daya manusia, proses, dan teknologi terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh dimensi sumber daya manusia terhadap loyalitas pelanggan Go-jek kota Semarang secara parsial. Hasil uji t pada dimensi sumber daya manusia (X1) terhadap variabel loyalitas (Y) menunjukkan signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan t tabel 1.984 lebih kecil dari t hitung yaitu 5.918, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel sumber daya manusia terhadap loyalitas pelanggan Go-jek kota Semarang.
2. Terdapat pengaruh dimensi proses terhadap loyalitas pelanggan Go-jek kota Semarang secara parsial. Hasil uji t pada dimensi proses menunjukkan tingkat signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$  dengan t tabel 1.984 lebih kecil dari t hitung yaitu 2.962, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara dimensi poses terhadap loyaitas pelanggan Go-jek kota Semarang.

3. Terdapat pengaruh dimensi teknologi terhadap loyalitas pelanggan Go-jek kota Semarang secara parsial. Tingkat signifikannya mencapai  $0,000 < 0,05$  dengan  $t$  tabel 1.984 lebih kecil dari  $t$  hitung yaitu 4.743, aka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel teknologi terhadap loyalitas pelanggan Go-jek kota Semarang.
4. Terdapat pengaruh antara dimensi sumber daya manusia, proses, dan teknologi terhadap loyalitas pelanggan Go-jek kota Semarang secara simultan. nilai  $F$  dihitung 107.657 dengan tingkat signifikansi  $< 0,05$  yaitu sebesar 0,000,  $f$  tabel 3.09 dan  $f$  hitung 107.657, dengan demikian dapat dikatakan bahwa dimensi sumber daya manusia, proses, dan teknologi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan Go-jek kota Semarang, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian untuk dimensi sumber daya manusia, proses, teknologi terhadap loyalitas. Variabel yang paling dominan dan besar pengaruhnya adalah variabel sumber daya manusia oleh karena itu perusahaan hendaknya lebih menjaga dan meningkatkan sumber daya manusia agar

konsumen tetap loyal dan tidak beralih ke jasa transportasi lain, mengingat maraknya transportasi yang serupa dengan Go-jek.

a) Sumber Daya Manusia

Peningkatan sumber daya manusia sangat dibutuhkan agar konsumen tidak beralih ke jasa transportasi lain dan tercipta loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan, karena menjaga loyalitas jauh lebih menguntungkan dan lebih hemat biaya daripada memperbesar promosi untuk mendapatkan konsumen baru.

Pengelolaan sumber daya manusia ini dinilai baik pada pelayanan personalnya ini dapat diketahui dari banyaknya responden yang menyatakan setuju pada indikator pelayanan personal, maka perusahaan harus tetap menjaga hal ini. Kemudian untuk yang harus ditingkatkan dalam pengelolaan sumber daya manusia yaitu: Go-jek perlu meningkatkan sumber daya manusia dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dalam penelitian ini SDM atau karyawan Go-jek kurang memperhatikan hubungan dengan pelanggan, mereka lebih kepada menjalankan tugas sesuai tanggung jawabnya sebagai karyawan saja, seperti sikap ramah *driver*, maupun perlakuan baik *driver* kepada konsumen ini sangat diperlukan karena loyalitas itu lebih kepada afeksi daripada kognisi yang artinya lebih kepada perasaan untuk mengambil suatu keputusan dan apabila konsumen merasa nyaman, mereka akan tetap menggunakan jasa kembali tanpa berfikir ulang. Untuk itu perusahaan Go-jek perlu memberikan arahan kepada karyawan dalam menjaga hubungan dengan pelanggannya.

b). Proses

Variabel proses merupakan pengaruh terkecil dibandingkan dengan variabel sumber daya manusia dan variabel teknologi. PT. Go-jek dinilai baik dalam memberikan layanan pembayaran secara tunai yang memberi kemudahan kepada konsumen yang sudah berusia lebih dan masih gaptek, hal ini harus tetap dipertahankan karena Go-jek mampu menjangkau semua kalangan. Kemudian perusahaan juga tetap memperhatikan dan meningkatkan proses pelayanan yang baik kepada konsumen, karena hal tersebut bagian dari pengelolaan hubungan pelanggan (CRM) yang didalamnya untuk mendapatkan konsumen dan mempertahankan pelanggan, dan apabila proses pelayanannya dirasakan memenuhi ekspektasi pelanggan, bukan tidak mungkin lagi pelanggan akan tetap menggunakan jasa Go-jek. Hal yang perlu ditingkatkan yaitu: Go-jek perlu meningkatkan jasa layanan antar barang, dengan memberi jaminan keamanan maupun dengan kecepatan antar barang, jauh lebih baik lagi jika dapat mengimbangi jasa kurir lainnya seperti TNT, J&T, JNE dan lain sebagainya. Apabila Go-jek mampu untuk fokus terhadap fitur *go-send* baik dengan membentuk tim atau strategi baru dalam layanan ini, bukan tidak mungkin jika ini akan menjadi trend baru disamping jasa ojek dan jasa *go-food* yang berhasil menciptakan trobosan baru di masyarakat, terlebih banyaknya bisnis *online* yang menggunakan jasa ekspedisi ini juga akan menguntungkan.

c). Teknologi

Variabel teknologi merupakan variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang hampir sama besar pengaruhnya seperti variabel sumber daya

manusia. PT.Go-jek dinilai baik pada layanan pembayaran *e-money* yang memberi kemudahan pembayaran secara non tunai kepada konsumen hal ini harus tetap dijaga pelayanannya untuk menambah nilai konsumen. Mengingat saat ini adalah masa dimana era digital yang terus berkembang, untuk itu perusahaan Go-jek harus tetap fokus memperhatikan aktivitas teknologi dengan baik. Hal yang perlu ditingkatkan yaitu: Go-jek perlu meningkatkan kualitas kecepatan akses melalui aplikasi sehingga tidak terjadi *trouble* ketika konsumen melakukan *order*. Semakin bertambahnya pengguna aplikasi Go-jek ini dapat membuat kapasitas berlebihan dan terjadi eror seperti yang terjadi pada aplikasi lainnya, hal ini perlu diperhatikan oleh Go-jek untuk terus menjaga kualitas kecepatan aplikasinya dan terus memperbaiki sistem yang ada karena apabila sering terjadi *troubel*, dapat kemungkinan pelanggan akan berpindah ke jasa transportasi lain yang serupa.

## 2. Bagi Akademis

Hasil pada penelitian ini menunjukkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang sudah disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,771. Hal ini berarti 77,1% loyalitas pelanggan Gojek kota Semarang dapat dijelaskan oleh variabel sumber daya manusia, proses, dan teknologi. Kemudian sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti: kepercayaan, perlindungan, maupun kepuasan akumulatif. Untuk itu peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian *customer relationship management* fokus pada dimensi sumber daya manusia, proses, dan teknologi namun dengan menggunakan indikator-indikator lain sebagai perbandingan untuk

menambah referensi ilmu pengetahuan dan juga pengembangan penelitian dengan teori baru, metode, dan alat uji serta objek penelitian yang berbeda sehingga juga dapat memberikan wawasan untuk penelitian selanjutnya.

