

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang sudah dilakukan, analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis SEM mengenai kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan berbasis elektronik melalui nilai pelanggan pada pengguna Aplikasi InDrive Indonesia dapat disimpulkan sebagai berikut

#### **1. Gambaran Kualitas Layanan Elektronik, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan berbasis Elektronik**

##### a) Kualitas Layanan Elektronik pada Aplikasi InDrive

Gambaran mengenai kualitas layanan elektronik dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri atas *efficiency*, *fulfillment*, *privacy*, dan *reliability* yang berada pada kategori tinggi. Hal ini menggambarkan pengguna Aplikasi InDrive merasakan kualitas layanan yang baik yang diberikan oleh Aplikasi InDrive. Dimensi kualitas layanan elektronik yang memiliki kontribusi tertinggi yaitu dimensi *efficiency*, selanjutnya dimensi *fulfillment*, lalu dimensi *reability*, dan dimensi dengan ketercapaian terendah yaitu dimensi *privacy*

##### b) Nilai Pelanggan pada Aplikasi InDrive

Gambaran mengenai nilai pelanggan dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri atas *price*, *emotional*, *quality*, dan *social* yang berada pada kategori tinggi. Hal ini menggambarkan pengguna Aplikasi InDrive merasakan manfaat atau keuntungan saat menggunakan Aplikasi InDrive. Dimensi nilai pelanggan yang memiliki kontribusi tertinggi yaitu dimensi *price*, selanjutnya dimensi *emotional*, lalu dimensi *quality*, dan dimensi dengan ketercapaian terendah yaitu dimensi *social*

##### c) Kepuasan Pelanggan berbasis Elektronik pada Aplikasi InDrive

Gambaran mengenai kepuasan pelanggan berbasis elektronik dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri atas *convenience*, *merchandising*, dan *service*

*ability* yang berada pada kategori cukup tinggi. Hal ini menggambarkan pengguna Aplikasi InDrive merasakan tingkat kepuasan terhadap Aplikasi InDrive. Dimensi kepuasan pelanggan berbasis elektronik yang memiliki kontribusi tertinggi yaitu dimensi *service ability*, selanjutnya dimensi *merchandising*, dan dimensi dengan ketercapaian terendah yaitu dimensi *convenience*

2. Hasil temuan menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan pada pengguna Aplikasi InDrive. Dengan demikian hal ini memiliki arti bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik InDrive, maka semakin tinggi pula tingkat penilaian pelanggan pada pengguna Aplikasi InDrive. Kontribusi kualitas layanan elektronik yang paling besar membentuk nilai pelanggan adalah dimensi *fulfillment* yang berkolerasi dengan dimensi *emotional* pada nilai pelanggan
3. Hasil temuan menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbasis elektronik pada pengguna Aplikasi InDrive. Dengan demikian hal ini memiliki arti bahwa semakin baik nilai pelanggan yang InDrive berikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada pengguna Aplikasi InDrive. Kontribusi dimensi nilai pelanggan yang paling besar membentuk kepuasan pelanggan berbasis elektronik adalah dimensi *quality* yang berkolerasi dengan dimensi *service ability* pada kepuasan pelanggan berbasis elektronik
4. Hasil temuan menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbasis elektronik pada pengguna Aplikasi InDrive. Dengan demikian hal ini memiliki arti bahwa semakin baik kualitas layanan yang InDrive berikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada pengguna Aplikasi InDrive. Kontribusi dimensi kualitas layanan elektronik yang paling besar membentuk kepuasan pelanggan berbasis elektronik adalah dimensi *fulfillment* yang berkolerasi dengan dimensi *service ability* pada kepuasan pelanggan berbasis elektronik
5. Hasil temuan memperlihatkan bahwa kualitas layanan elektronik dan nilai pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan berbasis elektronik pada pengguna Aplikasi InDrive. Dengan demikian hal ini memiliki arti bahwa secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan berbasis elektronik melalui nilai pelanggan. Pernyataan tersebut dapat diasumsikan semakin baik perusahaan dalam menerapkan kualitas layanan elektronik dan nilai pelanggan, maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan berbasis elektronik pada perusahaan tersebut. Hasil kontribusi yang diberikan variabel kualitas layanan elektronik dan nilai pelanggan yang paling besar dalam membentuk kepuasan pelanggan berbasis elektronik adalah dimensi *service ability* pada kualitas layanan elektronik yang berkolerasi dengan dimensi *quality* pada nilai pelanggan, sedangkan yang paling rendah membentuk kepuasan pelanggan berbasis elektronik adalah dimensi *merchandising* pada kepuasan pelanggan berbasis elektronik yang berkolerasi dengan dimensi *price* pada nilai pelanggan.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian penulis memberikan rekomendasi hal mengenai pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan berbasis elektronik melalui nilai pelanggan sebagai berikut.

1. Gambaran Kualitas Layanan Elektronik, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan berbasis Elektronik
  - a. Kualitas layanan elektronik pada pengguna Aplikasi InDrive berada pada kategori yang tinggi, namun terdapat faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan nilai terendah. Masing-masing dari dimensi *reliability*, *efficiency*, *fulfillment*, dan *privacy* terdapat pernyataan yang lemah terkait Aplikasi InDrive menurut responden. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan penulis mengenai hal yang harus diperbaiki untuk memperoleh kualitas layanan elektronik yang lebih baik lagi, sebagai berikut:
    1. Kecepatan memperbarui (*update*) informasi di Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive perlu memberikan notifikasi kepada pengguna mengenai promo, diskon, atau penawaran khusus kepada pengguna, memberikan informasi

terkait peraturan atau kebijakan terbaru dari layanan, dan menyampaikan status perjalanan secara real-time, termasuk jika ada penundaan atau perubahan rute. Sistem ini membantu meningkatkan transparansi dan memastikan pengguna tetap terinformasi sepanjang perjalanan mereka.

2. Kecepatan dalam melakukan transaksi di Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive perlu menyediakan layanan pembayaran yang menawarkan integrasi yang cepat dan efisien dengan memberikan notifikasi kepada pengguna mengenai status transaksi untuk mengurangi kebingungan dan meningkatkan kecepatan penyelesaian. Pastikan proses transaksi pembayaran terintegrasi dengan mulus dalam aplikasi dan lakukan pengujian kinerja secara rutin untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang mempengaruhi efisiensi transaksi
  3. Kepercayaan fitur pada Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive dapat menyediakan fitur yang telah dirancang dengan baik, mudah digunakan, dan memberikan panduan atau tutorial yang membantu pengguna memahami cara menggunakan fitur dengan benar. Dengan menampilkan ulasan dan testimoni positif dari pengguna yang puas dengan fitur, dapat membangun kepercayaan dengan menunjukkan bahwa fitur telah berhasil memenuhi kebutuhan orang lain
  4. Keamanan data pribadi pelanggan di Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive dapat melakukan audit keamanan internal dan eksternal untuk memastikan bahwa praktik keamanan sesuai dengan standar industri dan peraturan yang berlaku. Hal ini bertujuan untuk melindungi data dengan memastikan bahwa pusat data dan server dilindungi secara fisik dari akses yang tidak sah. Buat dan simpan cadangan data juga secara teratur untuk memastikan data dapat dipulihkan jika terjadi insiden
- b) Nilai pelanggan pada pengguna Aplikasi InDrive berada pada kategori yang tinggi, namun terdapat faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan nilai terendah. Masing-masing dari dimensi *price*, *emotional*, *social*, dan *quality* terdapat pernyataan yang lemah terkait Aplikasi

InDrive menurut responden. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan penulis mengenai hal yang harus diperbaiki untuk memperoleh nilai pelanggan yang lebih baik lagi, sebagai berikut:

1. Kesesuaian antara tarif dengan layanan yang diberikan Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive dapat menyesuaikan tarif berdasarkan analisis pasar dan umpan balik pengguna untuk mencerminkan nilai yang diberikan oleh layanan. Pertimbangkan tarif berbasis waktu atau jarak untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Aplikasi InDrive dapat menawarkan diskon atau promosi untuk pelanggan yang mungkin merasa bahwa tarif tidak sesuai dengan layanan. Ini dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan nilai lebih
2. Persepsi pelanggan saat menggunakan Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive dapat mempertimbangkan untuk menambahkan fitur tambahan yang memberikan nilai lebih kepada pengguna, seperti opsi layanan premium, peningkatan kenyamanan, atau fitur eksklusif. Tanggapi umpan balik dengan cepat dan lakukan perbaikan berdasarkan masukan pengguna. Dengan memperbaiki masalah yang telah diidentifikasi, dapat meningkatkan persepsi nilai
3. Pengakuan sosial saat menggunakan Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive dapat membangun kehadiran aktif di media sosial dengan memposting konten yang relevan, menarik, dan bermanfaat. Gunakan platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan LinkedIn untuk berinteraksi dengan pengguna dan komunitas. Jalankan kampanye sosial yang melibatkan pengguna, seperti kontes atau tantangan yang mendorong mereka untuk berbagi pengalaman mereka menggunakan aplikasi.
4. Kinerja/performa Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive dapat melakukan pengujian kinerja aplikasi untuk mengidentifikasi area yang bermasalah, seperti waktu respon yang lambat, crash, atau bug. Tinjau log aplikasi untuk mengidentifikasi kesalahan atau masalah yang mempengaruhi performa. Perbaiki kinerja yang baik tidak hanya meningkatkan pengalaman

pengguna tetapi juga mendukung pertumbuhan dan kesuksesan aplikasi dalam jangka panjang

- c. Kepuasan pelanggan berbasis elektronik pada pengguna Aplikasi InDrive berada pada kategori yang cukup tinggi, namun terdapat faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan nilai terendah. Masing-masing dari dimensi *convenience*, *merchandising*, dan *service ability* terdapat pernyataan yang lemah terkait Aplikasi InDrive menurut responden. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan penulis mengenai hal yang harus diperbaiki untuk memperoleh kualitas layanan yang lebih baik lagi, sebagai berikut:
  1. Penghematan waktu saat mencari *driver* InDrive. Aplikasi InDrive dapat mengimplementasikan sistem prioritas yang mengutamakan *driver* yang berada dalam jarak terdekat dari lokasi penjemputan pelanggan untuk mengurangi waktu tunggu. Gunakan teknologi geolokasi yang akurat untuk memastikan bahwa informasi lokasi *driver* dan pelanggan selalu diperbarui dengan tepat. Hal ini dapat mempercepat pencocokan dan meminimalkan kesalahan lokasi
  2. Penawaran/diskon pada Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive dapat mengembangkan penawaran yang disesuaikan untuk berbagai segmen pengguna, seperti pelanggan baru, pelanggan setia, dan pengguna premium. Penawaran yang relevan untuk setiap segmen dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Ciptakan level loyalitas dengan manfaat yang semakin besar seiring dengan frekuensi penggunaan atau pengeluaran pelanggan. Program ini dapat mendorong penggunaan yang lebih sering dan meningkatkan kepuasan
  3. Penanganan keluhan dan saran pengguna terkait Aplikasi InDrive. Aplikasi InDrive dapat menginformasikan pelanggan mengenai langkah-langkah apa yang harus diambil untuk menyelesaikan permasalahan. Sediakan dukungan pelanggan melalui berbagai saluran seperti email, telepon, chat langsung,

dan media sosial. Ini memudahkan pengguna untuk mengajukan keluhan atau saran dengan cara yang paling nyaman bagi mereka.

2. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan elektronik terhadap nilai pelanggan (Ahmed et al., 2017). Dengan ini penulis merekomendasikan agar Aplikasi InDrive terus meningkatkan komunikasi dengan pengguna mengenai perubahan atau pembaruan dalam layanan InDrive. Pastikan transparansi dalam kebijakan, harga, dan proses operasional untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Tingkatkan juga responsivitas terhadap permintaan dan masukan dari pengguna. Hal ini meliputi waktu tanggapan terhadap pertanyaan atau keluhan, ketersediaan tim dukungan pelanggan yang responsif, dan kemampuan untuk menanggapi perubahan kebutuhan pengguna dengan cepat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap kualitas layanan yang diberikan Aplikasi InDrive dan menghasilkan pengalaman pengguna yang lebih baik.
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan berbasis elektronik (Diab, 2009). Dengan ini penulis merekomendasikan agar Aplikasi InDrive terus mengembangkan aplikasi dengan menambahkan fitur-fitur baru yang dapat meningkatkan nilai tambah bagi pengguna. Misalnya, integrasi dengan teknologi terbaru untuk navigasi yang lebih baik atau fitur-fitur tambahan yang dapat meningkatkan kenyamanan pengguna. Penulis juga merekomendasikan Aplikasi InDrive untuk melakukan pengumpulan umpan balik secara teratur dari pengguna untuk mengevaluasi kepuasan mereka dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Umpan balik ini menjadi dasar untuk perbaikan berkelanjutan dalam layanan yang ditawarkan. Tujuannya adalah untuk memahami apa yang membuat pelanggan puas dan memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan memberikan nilai tambah bagi InDrive.
4. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan berbasis

elektronik (Gong & Yi, 2018). Dengan ini penulis merekomendasikan agar Aplikasi InDrive untuk meningkatkan jumlah kendaraan InDrive yang tersedia. Ini dapat dilakukan dengan mengundang lebih banyak pengemudi untuk bergabung atau mengoptimalkan jadwal operasional kendaraan yang ada. Hal ini dapat melibatkan analisis data permintaan pelanggan untuk menentukan pola penggunaan kendaraan yang optimal dan memastikan ketersediaan kendaraan pada waktu yang dibutuhkan. Selain itu, penulis juga merekomendasikan untuk memberikan pelatihan kepada pengemudi, seperti keterampilan navigasi, cara berkomunikasi dengan pelanggan, dan pemeliharaan kendaraan. Tujuannya adalah untuk memastikan pengemudi memahami betapa pentingnya memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, mempertahankan pelanggan, dan menciptakan kepuasan

5. Hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa kualitas layanan elektronik dan nilai pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berbasis elektronik (H. Ali et al., 2022). Peneliti memberikan rekomendasi agar Aplikasi InDrive dapat berinovasi dengan menggunakan data pelanggan untuk menyajikan layanan yang disesuaikan dengan preferensi individu, seperti menawarkan pilihan kendaraan favorit atau rute yang sering digunakan serta memberikan program yang menarik, seperti diskon eksklusif, penawaran spesial, atau poin hadiah untuk setiap perjalanan yang dilakukan, sehingga meningkatnya kepuasan pelanggan berbasis elektronik. Tujuannya adalah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pengalaman yang lebih personal, program insentif yang menarik, dan peningkatan kualitas layanan serta nilai pelanggan secara keseluruhan berdasarkan data pengguna yang dianalisis dengan baik.