

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pengguna Grab Motor di Kota Kupang

¹Hosifune Padji Dogi, ²Pieter D. Samadara, ³Anastasia Imelda Sayd

^{1,2,3}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Kupang

Email: hosi_funedogi@yahoo.com

Abstrak

Judul dari penelitian ini adalah "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Grab Motor di Kota Kupang". Rumusan masalah yang dikemukakan adalah seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna Grab motor di Kota Kupang? Dan Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna Grab motor di Kota Kupang, penelitian ini dilaksanakan selama 3 minggu yakni dari tanggal 25 Agustus 2019 - 14 September 2019. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Sugiyono, 2005:7). Pada umumnya unit analisis dalam penelitian survey adalah individu. Oleh sebab itu unit analisis dalam penelitian ini adalah Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna Grab motor di Kota Kupang. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan kuat dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas. Dari analisis data disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh sebesar 39,7% terhadap variabel loyalitas sedangkan sisinya 60,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, loyalitas

Abstract

This study is entitled "The Influence of Customer Satisfaction on Grab Motor User Loyalty in Kupang City". The formulation of the problem raised is how much influence does customer satisfaction have on the loyalty of Grab motor users in Kupang City? The purpose of the research is to determine the effect of customer satisfaction on the loyalty of Grab motor users in Kupang City. This study was conducted for 3 weeks, from 25 August 2019 - 14 September 2019. The research method in this study was survey research, which is a study that takes a sample from a population and uses a questionnaire as a primary data collection tool (Sugiyono, 2005: 7). In general, the unit of analysis in survey research is individuals. Therefore the unit of analysis in this study is the influence of customer satisfaction on the loyalty of Grab motor users in the city of Kupang. The results showed that there was a strong and significant relationship between customer satisfaction and loyalty. From the analysis of the data, it was concluded that the customer satisfaction variable had an effect of 39.7% on the loyalty variable while its side 60.3% was influenced by other variables not examined.

Keywords: customer satisfaction, loyalty

I. PENDAHULUAN

Dunia bisnis saat ini terus berkembang pesat seiring dengan pulihnya perekonomian di Indonesia yang sangat terpuruk akibat krisis moneter yang sempat menerpa negeri ini. Semua itu dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan-perusahaan berskala kecil maupun berskala besar yang muncul dan berkembang saat ini. Perkembangan dunia usaha tersebut mendorong setiap perusahaan untuk lebih dapat bersaing guna mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis yang di gelutinya agar dapat tercapai

Dengan kualitas layanan yang memuaskan, mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan. Jika suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik, secara langsung dan tidak langsung, citra layanannya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan pelanggannya akan disampaikan kepada pelanggan yang satu ke pelanggan lainnya secara berantai, sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak.

Grab (sebelumnya dikenal sebagai Grab Taxi) merupakan salah satu platform O2O yang

bermarkas di Singapura dan paling sering digunakan di Asia tenggara, menyediakan layanan tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan laba perusahaan sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang.

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Menurut Kotler (2007:112) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melampaui harapan maka pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.

Apabila pemasar menaikkan harapan pelanggan terlalu tinggi, pembeli mungkin kecewa jika perusahaan gagal memenuhinya. Di lain pihak, jika perusahaan menetapkan harapan pelanggan terlalu rendah, maka perusahaan tidak dapat menarik cukup banyak pembeli, meskipun yang membeli akan puas. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain atau badan usaha lain. tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.(Kotler, 2007:112)

Kualitas produk (barang dan jasa) merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk/jasa. Dengan kualitas produk/jasa yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Setelah melihat kualitas dari produk/jasa yang ditawarkan, maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba membandingkan kualitas layanan yang diberikan, dan dalam hal ini perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang mampu mempengaruhi nilai yang lebih, sehingga berbeda dengan kualitas layanan

pesaing oleh sebab itu kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli produk/jasa.

Saat ini Grab menyediakan layanan di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar dan Kamboja. Grab yakin bahwa setiap masyarakat di Asia Tenggara harus mendapatkan keuntungan dari ekonomi digital, dan perusahaan memberikan akses untuk layanan transportasi yang aman dan terjangkau, di Indonesia seperti ojek (GrabBike), Mobil (GrabCar), dan Taksi (GrabTaxi) serta kurir (GrabExpress), pesan antar makanan (GrabFood) dan carpooling social (GrabHitch Car). Saat ini Grab tersedia di 125 kota di seluruh Indonesia.

Baru-baru ini Grab meluncurkan layanan GrabGerak, sebuah solusi unik yang pertama kali disediakan untuk mendukung para penyandang disabilitas untuk bergerak dan mendapatkan lebih banyak akses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Dengan inovasi-inovasi terbaru yang dikeluarkan Grab maka konsumen yang memakai jasa Grab akan merasa puas dan merasa loyal terhadap Grab dan akan selalu memakai Grab terus-menerus.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Sugiyono,2005:7). Pada umumnya unit analisis dalam penelitian survey adalah individu. Oleh sebab itu unit analisis dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Grab Di Kota Kupang.

2.2. Jenis dan Sumber data

a. Data kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berupa keterangan dan informasi yang diperoleh dari responden

b. Data kuantitatif

Data kuantitatif adalah data dalam bentuk angka dan tersaji dalam bentuk tabel.

2.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Ismiyanto, populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa; orang, benda/ suatu hal yang di dalamnya dapat diperoleh

dan atau dapat memberikan informasi (data) penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Pada Grab Di Kota Kupang.

b. Sampel

Sampel menurut sugiyono (2013:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili). Ukuran sampel yang merupakan banyaknya sampel yang akan di ambil dari suatu populasi. Penentuan sampel pada penelitian yang akan dilakukan akan dilihat dari jumlah konsumen Grab Motor yang ada di kota Kupang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *aksidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa yang saja secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 50 orang. Penentuan sampel sebanyak 50 orang karena homogenitas dari populasi.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan peneliti melalui kondisi yang tampak pada objek penelitian dan pelaksanaannya langsung pada lokasi penelitian. Pada penelitian ini peneliti hanya dapat melaksanakan observasi secara partisipasi pasif atau tersamar yaitu peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

b. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dan dialog secara langsung dengan orang yang dianggap mengetahui banyak hal yang berkaitan dengan persoalan yang diteliti. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dimana peneliti mengetahui secara pasti informasi yang akan diperoleh dari hasil wawancara, sehingga peneliti terlebih dahulu menyiapkan instrumen pertanyaan penelitian berupa pertanyaan tertulis. Pada wawancara ini setiap informan akan diberikan pertanyaan yang

sama dan peneliti akan mencatat hasil wawancaranya, agar wawancara dapat berjalan dengan lancar maka peneliti dapat menggunakan alat bantu berupa alat perekam.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012: 199).

d. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek peneliti. Informasi tersebut dapat di peroleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertai, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lain.

2.5. Teknik Analisa Data

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2004:114) uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam koesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Suatu instrumen dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat di percaya atau dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketetapan pengukuran. Pengujian reliabilitas ditunjukkan oleh koefisien *Alpha Croanbach* dan dapat di olah dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). *Coefficiant Alpha (Croanbach Alpha)* yaitu koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Hasil uji reliabilitas dengan *Alpha Croanbach* > 0,6 dikatakan *reliable* (Ghozali, 2007:42).

c. Uji Asumsi

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Dalam analisis statistik parametrik, data berdistribusi normal adalah suatu keharusan sekaligus merupakan suatu syarat mutlak yang harus terpenuhi. Adapun jika didapati data tidak berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis penelitian dilakukan

dengan menggunakan pendekatan analisis statistik non parametric. Salah satu cara untuk menguji normalitas data, yaitu dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov.

d. Analisis regresi sederhana

Analisis regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap Variabel lain. Dalam analisis regresi, variabel ini mempengaruhi disebut Independen variabel (variabel bebas) dan variabel yang di pengaruhi disebut Dependen Variabel (variabel terikat). Jika dalam persamaan regresi hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka disebut sebagai persamaan regresi sederhana, sedangkan jika variabel bebas lebih dari satu, maka disebut sebagai persamaan regresi berganda. Dalam penelitian ini hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat sehingga menggunakan analisis regresi sederhana.

e. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan uji t. uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori, dan kerangka berpikir, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H0: diduga kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Grab Motor di Kota Kupang

Ha: diduga kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Grab Motor di Kota Kupang.

Kaidah pengambilan keputusan: dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung \geq t tabel maka hipotesis diterima dan sebaliknya. Bisa juga membandingkan nilai alpa (0,05) atau 5% dengan nilai signifikan (nilai P-Value), yakni: jika P-Value \geq 0,05 maka hipotesis ditolak, sebaliknya jika P-Value \leq 0,05 maka hipotesis diterima.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

3.1.1 Gambaran Umum Grab

Grab sebelumnya dikenal sebagai Grab Taxi merupakan salah satu platform yang bermarkas di singapura dan paling sering digunakan di Asia Tenggara. Mereka menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari

bagi para pelanggan termasuk perjalanan, pesan antar makanan, pengiriman barang dan pembayaran menggunakan dompet digital. Saat ini Grab menyediakan layanan di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar, dan Kamboja, Grab saat ini telah menyanggah status sebagai startup “decacom” Di Indonesia, Grab melayani pemesanan kendaraan seperti ojek (GrabBike), Mobil (GrabCar), taksi (GrabTaksi), Kurir (GrabExpress), pesan-antar makanan (GrabFood), dan *carpooling* (GrabHitchCar). Saat ini Grab tersedia di 125 kota diseluruh Indonesia, mulai dari Banda Aceh hingga Jayapura papua, baru-baru ini Grab meluncurkan layanan GrabGerak, sebuah solusi untuk mendukung para penyandang disabilitas dalam bergerak dan mendapatkan lebih banyak akses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

3.1.2 Visi dan Misi Grab

1. Visi: Visi Grab adalah untuk “Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara” dengan memecahkan permasalahan transportasi yang ada serta memberikan kemudahan mobilitas pada 620 juta orang di Asia Tenggara setiap harinya.
2. Misi: Membuat platform transportasi yang paling aman, membuat semua orang dapat mengakses pelayanan transportasi yang baik.

3.2 Hasil dan Pembahasan

a. Uji Validasi

Uji validasi dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti (Sugiyono, 2004:114). Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat valid adalah kalau nilai $r = 0,30$ (r hitung \geq r kritis). Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,30 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mempermudah analisis digunakan bantuan program pengelolah data *SSPS versi 16 for windows*. Hasil perhitungan uji validitas pada semua butir instrument variabel (X) dapat terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 10

Rekapitulasi Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X)

Butir Pernyataan	Koefisien Korelasi	r kritis	Keputusan
------------------	--------------------	----------	-----------

	(r hitung)		
1	0,697	0,30	Valid
2	0,069	0,30	Valid
3	0,050	0,30	Valid
4	0,681	0,30	Valid
5	0,790	0,30	Valid

Sumber : data output spss (2019)

Berdasarkan hasil penelitian yang terlihat pada tabel 9 diatas maka semua instrument variabel kepuasan pelanggan dalam kuesioner yang diuji dan didistribusikan kepada 50 responden untuk tiap-tiap item pertanyaan secara keseluruhan dapat dinyatakan valid, karena koefisien korelasi antara semua item dengan skor total lebih besar dari 0,30.

Tabel 11
Rekapitulasi Uji Validitas Loyalitas

Butir Pernyataan	Koefisien Korelasi (r hitung)	r kritis	Keputusan
1	0,825	0,30	Valid
2	0,645	0,30	Valid
3	0,489	0,30	Valid
4	0,821	0,30	Valid

Sumber : Data output SPSS (2019)

Berdasarkan hasil penelitian yang terlihat pada tabel 10 diatas maka semua instrument variabel loyalitas dalam kuesioner yang diuji dan didistribusikan kepada 50 responden untuk tiap-tiap item pertanyaan secara keseluruhan dapat dinyatakan valid, karena koefisien korelasi antara semua item dengan skor total lebih besar dari 0,30.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Menurut Ghazali (2007 : 42) Reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable

atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah metode *Alpha-cronboch*. Pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan nilai r alpha dengan nilai 0,60. Apabila r alpha \geq 0,60 maka variabel yang diteliti adalah reliable. Adapun hasil uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 12
Rekapitulasi Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Variabel	Nilai alpha	Nilai Kritis	Keputusan
Kepuasan Pelanggan	0,706	0,60	reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,654	0,60	reliabel

Sumber : Data output spss (2019)

Berdasarkan hasil penelitian yang terlihat pada tabel 10 diatas maka semua instrument variabel loyalitas dalam kuesioner yang diuji dan didistribusikan kepada 50 responden untuk tiap-tiap item pertanyaan secara keseluruhan dapat dinyatakan valid, karena koefisien korelasi antara semua item dengan skor total lebih besar dari 0,30.

c. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kasual satu variabel independen dengan satu variabel dependent. Analisis regresi digunakan untuk melakukan prediksi atau peramalan, bagaimana perubahan nilai variabel dependent (Y) bila nilai variabel independent (X) dinaikan atau diturunkan atau dimanipulasi, (Sugiyono, 2004:204). Berdasarkan data hasil perhitungan regresi sederhana dengan bantuan aplikasi pengolahan data SPSS sebagai berikut

Tabel 13

Correlations

		Kepuasan_Pelanggan	Loyalitas
Kepuasan_Pelanggan	Pearson Correlation	1	.630**

	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Loyalitas	Pearson		1
	Correlation	.630**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

Berdasarkan tabel 12 correlation diatas, maka diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,630. Berdasarkan tabel pedoman dalam memberikan interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2013:54), maka dari hasil output di ketahui bahwa nilai signifikan untuk hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas adalah 0,00 artinya nilainya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan terdapat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas, berarti tingkat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas termaksud kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan secara positif terhadap loyalitas.

Dari tabel 13 Model Summary diatas nilai R Square atau koefisien determinasi (KD) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel kepuasan pelanggan dan variabel loyalitas. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh 0,397 atau 39,7%. Oleh karena itu disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh sebesar 38,4% terhadap variabel loyalitas. Sedangkan sisanya 61,6% merupakan sumbangan variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model (tidak diteliti dan tergabung dalam variabel pengganggu dalam model regresi linear sederhana).

Tabel 14
Model Summary^b

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.630 ^a	.397	.384	.973	.397	31.592	1	48	.000

a. Predictors: (Constant),
X_Kepuasan_Pelanggan

Tabel 15
Regresi Sederhana

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
B	Std. Error	Beta			
6.239	1.774			3.517	.000
.487	.087	.630		5.621	.000

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
B	Std. Error	Beta	t	Sig.
6.239	1.774		3.517	.000
.487	.087	.630	5.621	.000

a. Dependent Variable: Y_Loyalitas

A. (konstanta): berarti jika nilai kepuasan pelanggan sama dengan nol maka loyalitas sebesar 6.239

B. : 0,487 berarti jika nilai kepuasan pelanggan berubah atau dinaikan maka loyalitas juga naik sebesar 0,487

$$Y = 6,239 + 487X (X)$$

d. Uji Hipotesis

Pengujian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel X terhadap variabel Y. berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS Versi 16 pada tabel diatas maka hasilnya dapat dirangkum sebagai berikut:

- Hipotesis
 H0: Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Grab motor di Kota Kupang.
 Ha: Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Grab motor di Kota Kupang.
- Kaidah pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai alpha (0,05) atau 5% dengan nilai signifikan (nilai P-Value), yakni: jika P-Value \geq 0,005 maka H0 diterima dan Ha ditolak, sebaliknya jika P-Value \leq 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

4.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta tujuan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil jawaban responden untuk variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna Grab motor di Kota Kupang dikategori kuat dengan hasil sebagai berikut 0,630.
- Berdasarkan hasil analisis data, terbukti ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan

pelanggan dan loyalitas pengguna Grab motor di Kota Kupang, dimana kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh 38,4% terhadap loyalitas dan sisanya 61,6% dipegaruhi oleh faktor-faktor lain diluar kepuasan pelanggan.

- Berdasarkan hasil analisis data dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas karena nilai t hitung \geq t tabel (5,621 \geq 0,279). Dimana hasil ini sesuai dengan hasil uji hipotesis, maka H0 ditolak Ha diterima, yaitu terdapat pengaruh hubungan yang signifikan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka ada beberapa saran untuk Grab Motor. Saran ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Grab Motor sehingga Grab Motor mampu bersaing dengan competitor yang lainnya. Berikut saran untuk Grab Motor.

- Grab Motor lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan, hal ini untuk mencapai keunggulan daya saing dan kepuasan terhadap pelanggan.
- Kepuasan pelanggan yang menjadi keunggulan dari Grab Motor yaitu untuk memahami keinginan pelanggan atau konsumen, mampu berkominikasi dengan baik, hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa nyaman untuk terus berlangganan pada Grab Motor.

V. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S (2006). *Prosedur Penelitian; suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta

Dessy, Fitriyani Wulandari. (2017). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Isi Ulang Depot Ishak Pada Desa Lemo Bajo Kecamatan Wewolesea Kabupaten Konawe Utara. Skripsi. Kendari:Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Halu Oleo

Ghozali, I (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang:Badan Penerbit UNDIP

Griffin Jill (2005). *Customer Loyalty, menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta:Erlangga

Hasan Ali (2008). *Marketing*, Medpress anggota IKAPI, Yogyakarta.

Hasan, A. (2005). *Marketing*. Yogyakarta : Media Utama

Irwan, Handi. (2004). *10 Prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta:exel media komputindo

Kotler, P. (2007). *Analisis perencanaan dan pengendalisan, jilid 2 Edisi kedelapan*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran jilid 1 edisi milenium*. Jakarta: prehlindo

Kotler, P. (2009). *Manajemen pemasaran. Jilid 2 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga

Lombard, T.van Vuuren M.Robert and Tonder, (2012) *Customer statisfaction, trust and commitment as predictors of customer loyalty within an optometric practice environment. Southern African business review volume 16 Number 3. University of Johannesburg*

Tammubua, M. H., & Pattiasina, V. (2019). Quality academic services antecedent towards the level of students satisfaction in distance learning program unit Universitas Terbuka Jayapura. *The International Journal of Social Sciences World (TIJOSSW)*, 1(01), 21-35.