

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan dengan 100 responden. Sampel diambil menggunakan penyebaran kuesioner secara daring. Untuk metode analisis pengolahan data menggunakan SMART PLS dengan uji SEM-PLS. Data yang digunakan menggunakan data primer untuk kepuasan pelanggan, daya tarik alternatif, dan biaya berpindah terhadap niat berpindah pada konsumen Grab di Purwokerto yang dimoderasi variabel akurasi informasi aplikasi. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh negatif terhadap niat berpindah konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika kepuasan pelanggan baik maka menurunkan keinginan untuk berpindah layanan.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel daya tarik alternatif berpengaruh positif terhadap niat berpindah. Semakin positif daya tarik alternatif terhadap layanan lain maka akan meningkatkan niat berpindah.
3. Hipotesis ketiga menyatakan variabel biaya berpindah berpengaruh negatif terhadap niat berpindah pada konsumen Grab. Menunjukkan semakin tinggi harga pada suatu layanan akan meningkatkan niat berpindah.
4. Hipotesis keempat mengenai akurasi informasi aplikasi menjadi mediator dalam hubungan antara kepuasan pelanggan dengan niat berpindah didapati hasil nilai pengaruh langsung signifikan dan pengaruh tidak langsung juga signifikan. Menunjukkan akurasi informasi aplikasi baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga menurunkan niat berpindah.

5.2 IMPLIKASI

Hasil penelitian terhadap analisis pengaruh kepuasan pelanggan, biaya berpindah, dan daya tarik alternatif terhadap konsumen Grab di Purwokerto dimoderasi akurasi informasi aplikasi memiliki beberapa implikasi baik berupa implikasi teoritis maupun implikasi praktis. Berikut merupakan implikasi teoritis dan praktis dari penelitian ini:

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur terkait dengan analisis pengaruh kepuasan pelanggan, biaya berpindah, dan daya tarik alternatif terhadap konsumen Grab di Purwokerto dimoderasi akurasi informasi aplikasi yang menggunakan *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT). Selain itu, penelitian ini mencoba untuk menambah kebaharuan dengan menambahkan variabel moderasi akurasi informasi aplikasi yang masih jarang dilakukan oleh penelitian-penelitian sejenis.

2. Implikasi Manajerial

Implikasi managerial yang dapat dilakukan oleh Grab adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan. Perusahaan dapat mencoba meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara:
 - a. Optimalkan performa aplikasi, seperti akurasi lokasi, kecepatan pencarian driver, dan kemudahan pemesanan
 - b. Lakukan evaluasi rutin terhadap keluhan pelanggan dan berikan respon cepat terhadap masalah yang dilaporkan
 - c. Berikan program loyalitas atau personalized rewards untuk pengguna tetap
2. Mengelola dan Menurunkan Daya Tarik Alternatif Kompetitor. Karena daya tarik alternatif berpengaruh positif terhadap niat berpindah, maka:
 - a. Grab perlu memantau secara berkala strategi pesaing (Gojek, Maxim, InDriver), terutama dalam hal harga dan fitur baru
 - b. Tawarkan fitur eksklusif atau inovatif yang tidak dimiliki kompetitor, seperti langganan bulanan, fitur keamanan tambahan, atau layanan “multi-drop”
 - c. Berikan promosi yang bersifat situasional dan segmented, misalnya untuk mahasiswa, pekerja kantoran, atau pengguna rutin
3. Memanfaatkan Biaya Berpindah Sebagai Hambatan Strategis. Meskipun hasil menunjukkan pengaruhnya tidak signifikan atau lemah, Grab tetap dapat:
 - a. Bangun sistem loyalitas poin atau cashback yang hanya bisa ditukarkan di platform Grab
 - b. Personalisasi pengalaman pengguna agar pelanggan merasa “nyaman” dan enggan berpindah karena sudah terbiasa
 - c. Tawarkan insentif saat pengguna menunjukkan tanda-tanda ingin berpindah, misalnya jika mereka menurunkan frekuensi penggunaan

4. Memperkuat Akurasi Informasi dalam Aplikasi. Karena akurasi informasi aplikasi memoderasi pengaruh kepuasan terhadap niat berpindah, maka:
 - a. Pastikan informasi tarif, estimasi waktu, dan posisi driver ditampilkan secara akurat di aplikasi
 - b. Perbaiki sistem review pengguna agar informasi yang diberikan mencerminkan pengalaman sebenarnya, bukan hasil manipulasi
 - c. Tingkatkan transparansi, misalnya menjelaskan alasan tarif tinggi saat jam sibuk
5. Segmentasi dan Analisis Perilaku Pengguna. Grab dapat melakukan beberapa cara seperti:
 - a. Lakukan analisis perilaku pengguna berdasarkan frekuensi dan preferensi untuk menentukan kelompok yang rentan berpindah.
 - b. Targetkan pengguna yang memiliki aplikasi transportasi lain dengan kampanye retensi khusus.

