

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*), niat beli ulang, serta pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang pada aplikasi Borzo.

Berdasarkan hasil analisis data secara kualitatif dan kuantitatif yang telah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Rata-rata responden dalam penelitian ini berpandangan bahwa dimensi *tangible* dari layanan Borzo baik, sedangkan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dari layanan Borzo cukup baik hingga buruk. Dalam pembahasan ini, interpretasi nilai baik diartikan sebagai penampilan kurir dan penggunaan peralatan kurir baik, sedangkan interpretasi nilai cukup baik hingga buruk diartikan sebagai rasa ketidaknyamanan dan ketidakpercayaan konsumen saat menggunakan layanan *sameday* dari Borzo.
2. Rata-rata responden dalam penelitian ini tidak memiliki niat pakai ulang terhadap layanan *sameday* pada aplikasi Borzo.
3. Kualitas pelayanan Borzo yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang adalah dimensi *reliability* dan *empathy*. Kedua dimensi ini baik secara simultan maupun secara parsial berpengaruh terhadap niat pakai ulang layanan Borzo dengan koefisien determinasi sebesar 56%, dimana nilai Beta untuk dimensi *reliability* adalah 0,511 dan nilai Beta untuk dimensi *empathy* adalah 0,186.

## 5.2 Saran

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan beberapa saran baik yang dapat digunakan oleh pihak perusahaan, diantaranya:

- Perusahaan membuat keputusan bersama dengan kurir yang akan bergabung sebagai mitra untuk memastikan waktu yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan waktu yang dibutuhkan kurir di lapangan untuk mengambil dan mengantarkan paket.
- Perusahaan memberikan penyuluhan kepada karyawan tentang standar operasional prosedur, agar karyawan mengetahui apa yang di janjikan oleh perusahaan dan apa yang di inginkan dari karyawan oleh perusahaan.
- Perusahaan memperbaiki aplikasi yang digunakan sehingga titik lokasi penjemputan dan pengantaran paket sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.
- Perusahaan melakukan pelatihan untuk kurir terutama untuk dimensi *Reliability* dan dimensi *Empathy* sedangkan untuk *customer service* diberi pelatihan untuk lebih bisa menangani keluhan dari pelanggan dan dapat menjawab pertanyaan dari konsumen secara cepat dan tepat.
- Evaluasi kinerja. Evaluasi kinerja digunakan untuk melihat apakah karyawan sudah bekerja dengan baik atau sesuai dengan standar yang telah diberlakukan. Jika tidak, maka karyawan tersebut akan dievaluasi untuk bisa meningkatkan kinerja tersebut baik itu dilakukan pelatihan kembali, atau diberikan motivasi agar kinerjanya meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2001). *Marketing Research, Seventh Edition*. USA: John Wiley & Sons, Ind.
- Choi, Y., & Sun, L. (2016). Reuse Intention of Third-Party Online Payments: A Focus on the Sustainable Factors of Alipay. *Sustainability*, 8(2), 147.  
<https://doi.org/10.3390/su8020147>
- CNN Indonesia, B. (2021, October 23). *Borzo Indonesia Rilis Layanan Sameday Delivery*. CNN Indonesia.  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211023140825-190-711341/borzo-indonesia-rilis-layanan-sameday-delivery>
- Dennisa, I. (2015). Dimensia. *PENGARUH SERVICE QUALITY (SERVQUAL) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JNE*, 12(2 September), 42–64.
- Detik Finance. (2021, August 30). *Dapat Dana US\$ 35 Juta, Dostavista Induk MrSpeedy Ganti Jadi Borzo*. detikfinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5702824/dapat-dana-us-35-juta-dostavista-induk-mrspeedy-ganti-jadi-borzo>
- Ferdinand, Augusty (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hudaya Putra, A. (2018). *Pengaruh Persepsi Atas Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Produk Membership Di Hustle Gym & Fitness Center.*

Universitas Katolik Parahyangan.

Jessica Sabella, J. (2018). *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Toserba Borma Dago.*

Universitas Katolik Parahyangan.

Juliet, J. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KEMBALI JASA ANTAR OJEK ONLINE MEREK GRAB-BIKE DI JAKARTA PUSAT.

*Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 27(1).

<https://doi.org/10.46806/jep.v27i1.702>

Karnadi, A. (2022, April 8). *Pengguna internet di indonesia capai 205 juta pada 2022.* Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>

Kompas. (2021, August 30). *Dapat Pendanaan 35 juta Dollar, Perusahaan Jasa Pengiriman Same Day Dostavista atau dikenal MrSpeedy di Indonesia Ganti Nama Jadi Borzo.* KOMPAS.Com.

<https://biz.kompas.com/read/2021/08/30/201500928/dapat-pendanaan-35-juta-dollar-perusahaan-jasa-pengiriman-same-day-dostavista>

Kotler, P. d. (2016). *Manajemen Pemasaran, Global Edition.* New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Ladkoom, K., & Thanasopon, B. (2020). Factors Influencing Reuse Intention of e-Payment in Thailand: A Case Study of PromptPay. *Proceedings of the 22nd International Conference on Enterprise Information Systems*.  
<https://doi.org/10.5220/0009410407430750>
- Lovelock, C., & Wright, L. (1999). *Principles of Service Marketing and Management* (1st ed.). America: Pearson College Div.
- Marhisar Anugerah, A. (2020). *Pengaruh "E-Service Quality" Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang Pada "Online Travel Agent" Tiket.com* (Thesis). Universitas Katolik Parahyangan.
- Meiryani, S. E. (2021, August 12). *MEMAHAMI KOEFISIEN DETERMINASI DALAM REGRESI LINEAR*. Accounting.  
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>
- Nora, L. d. (2016). The Role of Religiosity, Lifestyle, Attitude as Determinant Purchase Intension. *Journal of International Multidisciplinary Conference*, 135-148.
- Novelia, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Pelaksanaan After Sales Auto 2000 Rancaekek Bandung Terhadap Loyalitas Konsumen* (Thesis). Universitas Katolik Parahyangan.
- Parasuraman, A., et. al. (1988). Journal of Retailing. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, 64(Spring1988), 12–40.

- Pawestriningtyas, N. C. (2016, March). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH* (Thesis).
- Peter, P. J., & Olson, J. (2009). *Consumer Behavior* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2016). *Metode Kuantitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sutianto, F. D. (2021, August 10). *Geliat Bisnis Ekspedisi di Masa Pandemi yang Terdorong Belanja Online*. kumparan.  
<https://kumparan.com/kumparanbisnis/geliat-bisnis-ekspedisi-di-masa-pandemi-yang-terdorong-belanja-online-1wIswJaQIDK>
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga Cet .* Yogyakarta: Andi.
- Tommy Wiratama, M. (2018). *Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Pada Baraya Travel Cabang Surapati* (Thesis). Universitas Katolik Parahyangan.
- Uli. (2021, December 29). *Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen pada 2021*. ekonomi.  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021>

- Wicaksono, A. (2019, September 29). *Bisnis Logistik di Tengah Pusaran Belanja Online - Medcom.id*. medcom.id.  
<https://www.medcom.id/ekonomi/mikro/GKdR9m4b-bisnis-logistik-di-tengah-pusaran-belanja-online>
- Yati, R., & Sunardi, L. (2021, December 3). *Logistik Jadi Tulang Punggung E-Commerce, FedEx Express Optimalkan Pengiriman*. Bisnis.com.  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20211203/98/1473469/logistik-jadi-tulang-punggung-e-commerce-fedex-express-optimalkan-pengiriman>
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.