

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh customer experience (X_1) terhadap loyalitas pengguna (Y) Aplikasi grab Bengkulu dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,760 > 0,1660$) dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X berpengaruh terhadap loyalitas pengguna (Y).
2. Terdapat pengaruh Artificial intelligence (X_2) terhadap loyalitas pengguna (Y) Aplikasi grab Bengkulu dengan nilai sig sebesar $0,005 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,427 > 0,1660$) dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X_2 berpengaruh terhadap loyalitas pengguna(Y).
3. Terdapat pengaruh perceived convinience (X_3) terhadap loyalitas pengguna (Y) Aplikasi grab Bengkulu dengan nilai sig sebesar $0,004 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,909 > 0,1660$) dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X_3 berpengaruh terhadap loyalitas pengguna(Y).
4. Customer experience, Artificial intelligence dan Perceived convenience bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pengguna dengan nilai $F_{sig} < \alpha$ dimana F_{sig} sebesar 0,000 dan nilai F_{hitung} 9,323, $> F_{tabel}$ 2,69.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ,pembahasan dan kesimpulan yang di peroleh maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Variabel Customer Experience, nilai terendah pernyataan 1 ("*Mitra pengemudi Grab selalu bersikap ramah dan sopan kepada saya*") dengan nilai rata-rata: 3,50 maka disarankan Pihak manajemen Grab Bengkulu perlu melakukan standarisasi ulang dan pelatihan berkala mengenai pelayanan prima, etika, dan tata krama bagi mitra pengemudi di lapangan. Selain itu, optimalkan sistem *rating* setelah perjalanan; berikan insentif atau penghargaan bagi pengemudi dengan penilaian bintang 5 yang konsisten, serta berlakukan sistem teguran atau edukasi wajib bagi mitra yang kerap mendapatkan komplain terkait aspek keramahan.
2. Variabel Artificial Intelligence, nilai Terendah: Pernyataan 2 ("*Aplikasi Grab memberikan estimasi waktu tiba yang selalu tepat dan dapat dipercaya*") dengan nilai rata-rata: 3,58. Maka disarankan diperlukan pembaruan dan kalibrasi algoritma pada sistem *Machine Learning* pemetaan Grab untuk wilayah Bengkulu. Hal ini penting agar sistem dapat membaca kondisi lalu lintas lokal, titik kemacetan, serta rute alternatif secara lebih presisi. Sinkronisasi data real-time antara posisi GPS pengemudi dan kalkulasi waktu tiba (*Estimated Time of Arrival / ETA*) di layar konsumen harus ditingkatkan untuk meminimalkan selisih waktu tunggu aktual di lapangan.
3. Variabel Perceived Convenience, nilai terendah: Pernyataan 1 ("*Proses untuk memesan layanan Grab terasa sangat cepat*") dengan nilai rata-rata: 3,54.

Manajemen perlu mengevaluasi persebaran dan ketersediaan mitra pengemudi pada jam-jam sibuk (*peak hours*) di titik-titik krusial kota Bengkulu (seperti area perkantoran, kampus, dan pusat perbelanjaan). Penambahan jumlah mitra aktif atau pemberian insentif skema tarif sibuk bagi pengemudi dapat memicu ketersediaan armada yang lebih merata, sehingga sistem *matching* aplikasi dapat memproses dan mengonfirmasi pesanan konsumen secara lebih instan tanpa waktu tunggu yang lama.

4. Variabel Loyalitas Pengguna (Y), nilai terendah pernyataan 1 ("*Proses untuk memesan layanan Grab terasa sangat cepat*") dengan nilai rata-rata 3,50. Maka disarankan mengingat kecepatan pemesanan juga menjadi skor terendah yang memengaruhi loyalitas, Grab disarankan untuk menyederhanakan alur perintah penugasan pada sistem backend aplikasi. Kurangi beban *loading* data saat konsumen menekan tombol "Pesan", dan buat sistem penugasan otomatis (*auto-assignment*) kepada pengemudi terdekat menjadi lebih agresif, agar konsumen langsung mendapatkan kepastian armada demi menjaga retensi penggunaan aplikasi secara jangka panjang