

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari evaluasi data dan pembahasan sebelumnya tentang “Peran *Trust* Dan *Switching Cost* Pada Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Masyarakat Pengguna Grab Di Kabupaten Kudus”, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa:

1. *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* pengguna layanan Grab pada masyarakat Kota Kudus. Artinya bahwa *Service Quality* yang diberikan oleh Grab dengan terus memberikan pelayanan maksimal dan sepenuh hati mampu membuat pengguna cukup puas sehingga tidak berpaling, berbagai pelayanan yang diberikan sudah cukup sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga hal tersebut tentunya dapat membuat pengguna nyaman, sehingga berlangganan Grab.
2. *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Trust* pengguna layanan Grab pada masyarakat Kota Kudus. Artinya bahwa *Service Quality* yang diberikan oleh Grab dengan kebaikan hati, integritas yang tinggi serta kemampuan yang dimiliki mampu membuat pengguna percaya untuk menggunakan layanan Grab.
3. *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Switching Cost* pengguna layanan Grab pada masyarakat Kota Kudus. Artinya bahwa *Service Quality* yang diberikan oleh Grab mampu memberikan manfaat untuk pengguna layanannya, sehingga Grab memiliki *Switching Cost* yang tinggi.
4. *Trust* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* pengguna layanan Grab pada masyarakat Kota Kudus. Artinya bahwa *Trust* pengguna layanan Grab terhadap pelayanan Grab yang berintegritas dan dengan segenap hati dapat membuat pengguna layanan percaya sehingga tetap menggunakan layanan Grab.
5. *Switching Cost* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* pengguna layanan Grab pada masyarakat Kota Kudus. Artinya bahwa *Switching Cost* (biaya beralih)

yang diterapkan oleh Grab tinggi, sehingga pengguna layanan Grab tidak beralih menggunakan layanan lain.

6. *Trust* mampu memediasi *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* pengguna layanan Grab pada masyarakat Kota Kudus. Artinya bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap pembelian ulang (*Repurchase Intention*) karena pengaruh *Trust* masyarakat Kota Kudus.
7. *Switching Cost* mampu memediasi *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* pengguna layanan Grab pada masyarakat Kota Kudus. Artinya bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap pembelian ulang (*Repurchase Intention*) karena pengaruh *Switching Cost* (biaya beralih) Grab pada masyarakat Kota Kudus.

B. Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti memberikan beberapa masukan yaitu dijelaskan pada saran sebagai berikut:

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada masyarakat Kota Kudus, kemudian sampel penelitian ini mencakup semua wilayah kecamatan yang ada di Kota Kudus, dengan jumlah sampel 97. Akan menjadi lebih baik apabila sampel dan tempat yang diperlibatkan lebih banyak dan maka penelitian akan memberikan hasil penelitian yang lebih menyeluruh sehingga akan mendapat data yang lebih akurat dari lebih banyak responden.. Kemungkinan konsumen membeli kembali merupakan variabel yang sangat kompleks, sehingga dengan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dimediasi oleh *Switching Cost* dan *Trust*, menjadikan model ini sangat kurang memadai, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa mengembangkan dengan menambahkan variabel lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian ulang (*Repurchase Intention*).

- b. Penelitian berikutnya diharapkan untuk menambah jumlah sampel penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih akurat.

