

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1. Simpulan**

Mengacu pada perolehan hasil analisis data serta pembahasannya melalui bab – bab sebelumnya dengan menggunakan bantuan dari PLS berkenaan dengan pengaruh promosi penjualan dengan kualitas layanan pada kepuasan pelanggan GrabFood di kalangan mahasiswa FEB UPN Veteran Jakarta, sehingga disimpulkan bahwa promosi dan kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan GrabFood di kalangan mahasiswa FEB UPN Veteran Jakarta. Kedua kesimpulan tersebut searah dengan hipotesis penelitian.

#### **V.2. Saran**

Dari uraian simpulan tersebut maka dapat diberikan saran berikut ini:

1. GrabFood lebih baik dapat terus mempertahankan dan meningkatkan promosi penjualan yang mereka sudah terapkan, yakni dapat pula dengan terus memperbarui fitur GrabFood selain untuk mengikuti perkembangan zaman, hal tersebut juga berguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga GrabFood lebih unggul dalam persaingan dengan pelaku usaha sejenis. Maka dengan diterapkannya hal tersebut pelanggan GrabFood yang akan merasa lebih puas saat menggunakan fitur GrabFood.
2. Selanjutnya, peneliti menyarankan kepada perusahaan Grab terutama untuk fitur GrabFood dalam peningkatan kualitas layanan bagi pelanggan dengan melayani dengan semaksimal mungkin kepada tiap-tiap pelanggan pengguna fitur GrabFood sehingga pelanggan nantinya akan lebih merasa nyaman dan puas. Dengan menerapkan hal tersebut kedepannya GrabFood

tidak akan kalah saing dan akan lebih unggul dari para pesaing dalam industry sejenis

3. Terakhir, peneliti menyarankan bagi para peneliti lain agar dapat menimbang kembali saat ingin menggunakan variabel bebas selain variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan, salah satunya penggunaan variabel harga dan kemudahan pengguna.