

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan mengacu pada penelitian yang dilakukan, analisis hasil, serta pembahasan sebelumnya mengenai *sales promotion*, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Gofood di kota Jakarta Timur, beserta pengujian yang telah dilakukan menggunakan software SmartPLS 4.0, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Sales promotion memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Gofood di kota Jakarta Timur. Berdasarkan hasil tersebut, membuktikan bahwa berbagai bentuk penawaran *sales promotion* yang menarik dan promo cukup besar yang disediakan oleh layanan aplikasi Gofood seperti *coupons* (kupon), *rebates* (potongan harga), dan *price pack* (paket harga khusus) mampu membuat para penggunanya merasa lebih puas dan senang dalam menggunakan layanan pesan antar makanan *online*. Dimana indikator *rebates* (potongan harga) yang memiliki nilai indeks paling tinggi. Sehingga semakin menarik dan bervariasi bentuk *sales promotion* maka kepuasan pelanggan dari pengguna Gofood di kota Jakarta Timur juga akan meningkat karena membuat pembelian makanan menjadi lebih hemat. Dengan demikian, hasil penelitian sejalan dengan hipotesis yang sudah dibuat sebelumnya, karena pada hipotesis awal *sales promotion* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Gofood di kota Jakarta Timur. Dari hasil tersebut, membuktikan bahwa keterjangkauan harga pada daya beli, kesesuaian harga dengan kualitas layanan, kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan, serta daya saing harga dengan para kompetitor sejenis tidak mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Gofood di kota Jakarta Timur. Namun, pengguna layanan Gofood merasa bahwa harga ditawarkan oleh layanan Gofood sudah sesuai dengan manfaat dan kebutuhan para penggunanya. Hal ini dapat diketahui dari nilai tertinggi

berdasarkan jawaban responden berada pada indikator harga sesuai dengan manfaat dan kebutuhan. Sehingga hal tersebut membuktikan bahwa hasil penelitian tidak sejalan dengan hipotesis yang sudah dibuat sebelumnya, karena pada hipotesis awal harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Gofood di kota Jakarta Timur. Berdasarkan hasil tersebut mengindikasikan melalui keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik yang diberikan oleh Gofood mampu mempengaruhi para penggunanya merasa lebih puas dan senang dalam menggunakan layanan Gofood. Dengan indikator jaminan yang memiliki nilai tertinggi. Maknanya, semakin baik mutu pelayanan dan adanya peningkatan mutu pelayanan, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya dalam memberikan nilai tambah kepada konsumen, sehingga pelanggan akan merasa puas karena pengalaman tersebut sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian, hasil penelitian sejalan dengan hipotesis yang sudah dibuat sebelumnya, karena pada hipotesis awal kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini disusun melalui proses yang telah disesuaikan dengan peraturan dan pedoman yang telah ditetapkan. Meskipun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa masih terdapat beberapa keterbatasan yang diakui oleh peneliti dalam penyusunan penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Penelitian ini terfokus pada wilayah Kota Jakarta Timur saja, sehingga kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini tidak dapat secara langsung diterapkan pada wilayah lain diluar wilayah tersebut. Hal ini dikarenakan pengguna layanan aplikasi Gofood tidak terbatas pada mereka yang tinggal di Jakarta Timur.
2. Penelitian ini membatasi variabel yang digunakan hanya pada 3 variabel independen, seperti *sales promotion*, harga, dan kualitas pelayanan. Meskipun demikian, terdapat variabel independen lain yang memiliki potensi untuk mampu memengaruhi kepuasan pelanggan dari layanan pesan antar makanan *online* melalui aplikasi Gofood.

5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, adapun beberapa saran yang dapat disampaikan agar bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan adalah sebagai berikut.

1. Bagi perusahaan

Perusahaan Gojek khususnya Gofood dapat mempertahankan dan mempertimbangkan aspek-aspek yang berhubungan dengan *sales promotion*, harga, dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna layanan pesan antar makanan *online*. Diharapkan pihak Gofood dapat meningkatkan kegiatan *sales promotion* yang rutin dan menyediakan potongan harga yang besar agar konsumen merasa lebih puas setelah melakukan pemesanan. Kemudian, pihak Gofood disarankan dapat memperhitungkan kembali dalam hal menetapkan harga agar lebih bisa dijangkau oleh semua kalangan, walaupun bagi mayoritas konsumen merasa harga yang ditetapkan telah sesuai dengan manfaat dan kebutuhan mereka, akan tetapi untuk keseluruhan para penggunanya akan lebih merasa puas dan senang ketika menggunakan layanan Gofood karena telah sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, pihak Gofood disarankan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat dilakukan baik melalui *driver* dan *customer service* agar lebih cepat tanggap dalam menanggapi keluhan dan keinginan pelanggan.

2. Bagi akademisi

Dalam melakukan penelitian yang akan mendatang, diharapkan dapat memperluas cakupan dengan menambahkan beberapa variabel independen lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti kemampuan berkomunikasi, citra merek, *content marketing*, dan lainnya. Hal ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut dapat berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian juga melibatkan objek dan lokasi yang berbeda sehingga dapat memahami sejauh mana variabel yang diteliti memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks yang lebih luas.