

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini yang menggunakan pendekatan SEM-PLS, dengan dukungan perangkat lunak SmartPLS versi 4, yang mengkaji pengaruh *customer experience*, *perceived price*, dan *service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna GoFood di wilayah Jakarta Selatan, ditemukan bahwa dari tiga hipotesis yang dirumuskan, dua hipotesis diterima dan satu hipotesis ditolak.

*Customer Experience* mampu memberikan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa pengguna GoFood terutama yang berdomisili di Jakarta Selatan bisa merasakan pengalaman yang positif dan memuaskan selama melakukan pemesanan makanan dari aplikasi GoFood. Pengalaman positif ini meliputi kenyamanan dalam memesan makanan/minuman, tampilan fitur yang memudahkan, informasi yang tersedia lengkap, dan rekomendasi makanan/minuman yang ditawarkan sesuai kebutuhan. Dengan demikian, hasil penelitian sejalan dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, yakni adanya pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan.

*Perceived price* mampu memberikan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa pengguna GoFood yang berdomisili di Jakarta Selatan cenderung merasa puas ketika harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang akan diterima, tidak hanya harga yang terjangkau saja. Selain itu, dalam menciptakan kepuasan daya saing harga GoFood dibandingkan dengan *platform* lain akan menjadi salah satu faktor penting karena pelanggan mendapatkan nilai lebih dari biaya yang sudah mereka keluarkan. Dengan demikian, hasil penelitian sejalan dengan hipotesis

yang telah dirumuskan sebelumnya, yakni adanya pengaruh *perceived price* terhadap kepuasan pelanggan.

*Service quality* tidak mampu memberikan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa pengguna GoFood yang berdomisili di Jakarta Selatan beranggapan bahwa *service quality* sudah dinilai cukup baik, akan tetapi aspek tersebut dianggap sebagai aspek yang memang sudah seharusnya tersedia sehingga tidak memberikan dampak tambahan yang berarti terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor dominan lainnya, misalnya harga, promo, kemudahan fitur aplikasi, dan kecepatan pengantaran yang menjadi prioritas pelanggan dalam memakai jasa GoFood dibandingkan dengan *service quality* mereka. Dengan demikian, hipotesis yang telah dibuat sebelumnya bahwa kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan tidak sejalan dengan temuan penelitian ini.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan mengikuti prosedur yang sesuai dengan hukum dan pedoman yang relevan. Namun, peneliti menyadari adanya sejumlah kekurangan. Oleh karena itu penelitian ini jelas masih tidak atau belum sempurna. Kekurangan tersebut disebabkan oleh beberapa keterbatasan yang antara lain:

1. Penelitian ini terbatas karena hasil penelitian ini lebih relevan untuk layanan GoFood sebagai *platform* pemesanan makanan *online*. Oleh karena itu, temuan dan kesimpulan yang diperoleh tidak sepenuhnya berlaku untuk *platform* lain, seperti GrabFood atau ShopeeFood, yang memiliki perbedaan dalam fitur dan model bisnis. Sehingga, generalisasi ke *platform* lain memerlukan studi lanjutan dengan konteks yang berbeda.
2. Penelitian ini terbatas dalam hal pemilihan responden yang berasal dari beberapa kecamatan di Jakarta Selatan. Beberapa kecamatan, seperti Pancoran dan Tebet, memiliki kendala dalam mengidentifikasi dan mengakses pelanggan GoFood yang sesuai dengan kriteria penelitian. Hal

ini menyebabkan jumlah responden yang terkumpul tidak sepenuhnya mencapai target yang diharapkan untuk mewakili populasi di setiap kecamatan, yang dapat mempengaruhi representativitas data yang diperoleh.

### 5.3 Saran

Berdasarkan temuan hasil dan kesimpulan penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya, berikut ini merupakan beberapa saran dan harapan yang dapat diberikan sebagai manfaat bagi para pihak yang membutuhkan.

1. Bagi perusahaan, Gojek khususnya GoFood dapat mempertahankan faktor-faktor yang berhubungan terkait *customer experience*, *perceived price*, dan *service quality* yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan layanan pesan antar makanan *online*. Diharapkan pihak GoFood dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dengan mengoptimalkan fitur aplikasi agar dapat membantu memahami preferensi dan menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Selanjutnya, pihak GoFood disarankan untuk dapat menjaga kesesuaian harga yang telah ditetapkan dengan manfaat yang sesuai. Terakhir, GoFood dapat meningkatkan kualitas layanannya dengan cara memberikan pelatihan kepada para mitra pengemudi dan menerapkan sistem evaluasi untuk para mitra agar bisa memberikan layanan terbaik.
2. Bagi penelitian yang akan mendatang, diharapkan dapat mencakup responden lebih banyak lagi dengan kriteria responden atau lokasi penelitian yang berbeda agar hasil penelitian lebih representatif terhadap keseluruhan pengguna GoFood. Selanjutnya, untuk penelitian mendatang, disarankan untuk memasukkan variabel independen tambahan yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti citra merek, kesadaran merek, dan promosi penjualan. Diharapkan, penambahan variabel ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik serta mendalam tentang bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi suatu kepuasan pelanggan dan kualitas layanan GoFood.