

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh promosi penjualan, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood di Jabodetabek, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang menggambarkan bagaimana ketiga variabel tersebut berperan dalam membentuk pengalaman serta kepuasan pelanggan.

Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood di Jabodetabek. Pelanggan ShopeeFood cenderung lebih tertarik untuk melakukan pemesanan ketika tersedia penawaran berupa paket harga khusus, yang dianggap memberikan nilai tambah. Namun, penyesuaian terhadap jenis voucher yang ditawarkan masih diperlukan agar lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Meskipun demikian, secara umum pelanggan merasa cukup puas dengan promosi yang diberikan, sehingga ShopeeFood masih dianggap layak menjadi pilihan ketika pelanggan memesan makanan secara online.

Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood di Jabodetabek. Banyak pelanggan menilai bahwa biaya layanan yang dikenakan ShopeeFood masih tergolong wajar dibandingkan kenyamanan yang diberikan aplikasi. Meski begitu, sebagian pelanggan menilai bahwa biaya layanan dan pengiriman masih belum sepenuhnya sebanding dengan manfaat yang diterima atau belum cukup kompetitif dibandingkan penyedia layanan sejenis. Akan tetapi, pelanggan tetap merasa bahwa harga yang ditawarkan masih dalam batas yang dapat diterima, sehingga ShopeeFood tetap menjadi alternatif yang dipertimbangkan.

Selain itu, kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood di Jabodetabek. Sikap profesional pengemudi menjadi salah satu aspek layanan yang paling dihargai oleh pelanggan. Di sisi lain, tampilan aplikasi dan kemudahan penggunaannya masih perlu ditingkatkan agar pengalaman pelanggan menjadi lebih nyaman.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan, harga, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood di Jabodetabek. Dengan memahami faktor-faktor ini, ShopeeFood memiliki peluang untuk meningkatkan kepuasan pengguna, memperkuat daya saing, serta mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan layanan pesan-antar makanan yang semakin kompetitif.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicatat sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Hambatan pertama terkait dengan kemampuan dan tingkat antusiasme responden dalam mengisi kuesioner. Karena pengumpulan data dilakukan secara daring, peneliti tidak dapat memastikan sejauh mana responden membaca dan memahami setiap pertanyaan dengan cermat, sehingga terdapat kemungkinan variasi dalam kualitas jawaban yang diberikan. Selain itu, peneliti juga menghadapi kesulitan dalam menemukan responden yang sesuai dengan domisili yang telah ditentukan untuk memenuhi jumlah sampel pada setiap wilayah.

Keterbatasan lainnya adalah ruang lingkup penelitian yang hanya mencakup wilayah Jabodetabek. Meskipun wilayah ini merupakan pasar potensial dengan jumlah pengguna layanan pesan-antar makanan yang tinggi, hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh pengguna ShopeeFood di Indonesia yang mungkin memiliki karakteristik dan preferensi yang berbeda.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan saran yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa saran teoritis untuk peneliti selanjutnya dan saran praktis yang dapat diterapkan oleh ShopeeFood untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji kepuasan pelanggan pada layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi. Namun, untuk pengembangan ilmu pengetahuan, terdapat beberapa hal yang dapat diperhatikan oleh peneliti berikutnya.

Pertama, penelitian dapat diperluas dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan. Penambahan variabel tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks digital. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah penelitian di luar Jabodetabek agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasikan untuk populasi pengguna ShopeeFood di berbagai daerah dengan karakteristik yang berbeda.

Dari segi praktis, ShopeeFood perlu meningkatkan promosi penjualan dengan lebih menyesuaikan jenis voucher dan penawaran yang diberikan agar relevan dengan kebutuhan serta preferensi pelanggan. Penyesuaian tersebut dapat dilakukan dengan memberikan nominal potongan harga yang terasa nyata bagi pelanggan, tanpa harus selalu bersifat sangat besar, namun cukup untuk memberikan manfaat langsung pada total pembayaran. Selain itu, ShopeeFood disarankan untuk menyesuaikan voucher dengan karakteristik dan kebiasaan pelanggan, seperti pemberian voucher untuk jenis makanan yang sering dipesan, restoran favorit pelanggan, serta waktu pemesanan tertentu, misalnya pada jam makan siang dan makan malam.

Supaya promosi dapat dimanfaatkan secara optimal, ShopeeFood juga perlu memperhatikan syarat dan ketentuan penggunaan voucher agar tidak terlalu memberatkan pelanggan, seperti menetapkan minimum pembelian yang wajar, memperluas cakupan merchant yang dapat menggunakan voucher, serta memberikan masa berlaku voucher yang cukup. Di samping itu, ShopeeFood dapat memperkuat bentuk promosi yang paling diminati pelanggan, seperti paket harga khusus atau bundling menu, guna meningkatkan minat pembelian dan mendorong pembelian ulang.

Dari aspek harga, ShopeeFood disarankan untuk meninjau kembali struktur biaya layanan dan biaya pengiriman agar lebih kompetitif dan transparan. Transparansi dalam penyampaian komponen biaya kepada pelanggan penting untuk meningkatkan kepercayaan dan persepsi nilai yang diterima pelanggan. Selain itu, penyesuaian harga melalui kebijakan subsidi ongkos kirim, potongan biaya layanan pada periode tertentu, atau penawaran harga khusus bagi pelanggan aktif dapat meningkatkan daya tarik layanan ShopeeFood.

Dengan strategi harga yang kompetitif dan jelas, diharapkan pelanggan akan merasa memperoleh nilai yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari sisi kualitas layanan, ShopeeFood perlu meningkatkan profesionalitas mitra pengemudi melalui pelatihan dan evaluasi kinerja secara berkala yang mencakup aspek ketepatan waktu pengantaran, sikap pelayanan, serta kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan. Profesionalitas pengemudi memiliki peran penting karena menjadi pihak yang berinteraksi langsung dengan pelanggan, sehingga kualitas layanan yang diberikan akan sangat memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penerapan standar operasional yang jelas serta sistem insentif berbasis kinerja dapat mendorong pengemudi untuk memberikan layanan yang lebih konsisten dan berkualitas.

Selain peningkatan pada aspek sumber daya manusia, ShopeeFood juga perlu memperbaiki performa aplikasi secara berkelanjutan. Perbaikan tersebut mencakup peningkatan tampilan antarmuka (user interface) agar lebih menarik dan mudah dipahami, serta peningkatan kemudahan penggunaan (user experience) sehingga pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan lebih cepat dan tanpa kendala. Aplikasi yang stabil, responsif, dan minim gangguan teknis akan meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam menggunakan layanan ShopeeFood.

Perbaikan sistem operasional juga menjadi hal yang sangat penting untuk meminimalkan berbagai permasalahan yang sering dikeluhkan pelanggan, seperti pesanan ganda, keterlambatan pengantaran, kesalahan pesanan, maupun kendala dalam proses pembatalan dan pengembalian dana. Optimalisasi sistem pemrosesan pesanan, peningkatan koordinasi antara mitra pengemudi dan mitra restoran, serta penyediaan layanan pelanggan yang responsif dan solutif diharapkan dapat mengurangi keluhan pelanggan dan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan ShopeeFood.