

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian pada 100 responden pengguna layanan GoFood di Kota Semarang terkait *user interface design* dan *e-service quality* terhadap *repurchase intention* GoFood, maka diuraikan secara rinci kesimpulan penelitian sebagai berikut.

1. *User interface design* yang dimiliki GoFood termasuk pada kriteria baik dan berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*. Sehingga bisa diartikan bahwa semakin baik *user interface design*, semakin meningkatkan tingkat *repurchase intention* konsumen. Hal ini dikarenakan tampilan layanan GoFood simpel dan mudah untuk dimengerti, tampilan antarmuka GoFood memiliki penyusunan huruf yang menarik dan mudah dibaca, penataan gambar dan ilustrasi sesuai dan tidak mengganggu penggunaan aplikasi, penggunaan ikon dan simbol pada layanan GoFood sesuai dan mudah dipahami, serta tampilan aplikasi pada layanan GoFood nyaman dilihat sehingga betah untuk menggunakannya. Meskipun demikian, terdapat tiga indikator yang perlu diperhatikan GoFood yaitu tampilan yang kurang menarik, penataan informasi yang kurang baik, kombinasi warna yang terlalu umum dan kurang sesuai, penggunaan gambar yang kurang menarik dan tidak sesuai, serta kemudahan penggunaan aplikasi.
2. *E-service quality* yang dimiliki GoFood termasuk pada kriteria baik dan berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*. Sehingga bisa

diartikan bahwa semakin baik *e-service quality*, semakin meningkatkan tingkat *repurchase intention* konsumen. Hal ini dikarenakan layanan GoFood mudah dan cepat untuk diakses, GoFood tepat waktu dan memberikan produk yang sesuai, serta GoFood memiliki aplikasi yang aman dan melindungi data pengguna. Meskipun demikian, terdapat dua indikator yang perlu diperhatikan GoFood yaitu Gojek memiliki terlalu banyak fitur yang membuat aplikasi tersebut cukup berat saat dijalankan dan terkadang mengalami gangguan, serta respon dari *customer service* yang terkadang lama dan tidak menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pengguna GoFood.

3. *Repurchase intention* pada GoFood termasuk pada kriteria baik yang dipengaruhi oleh *user interface design* dan *e-service quality*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasannya *user interface design* dan *e-service quality* bersama-sama memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* GoFood. Dengan demikian, bisa diartikan bahwasannya semakin baik *user interface design* dan *e-service quality*, maka akan semakin tinggi tingkat *repurchase intention*. Meskipun begitu, terdapat indikator yang perlu diperhatikan yaitu GoFood yang telah memiliki kualitas tampilan dan pelayanan yang baik masih belum bisa membuat konsumen merasa sangat puas sehingga mereka tidak berminat untuk memberikan ulasan positif dan merekomendasikan GoFood kepada orang lain. Beberapa responden merasa tidak merasakan keuntungan yang membuat responden sampai merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

4.2 Saran

Menurut hasil penelitian, beberapa saran diajukan untuk mempertimbangkan cara mempertahankan atau meningkatkan *repurchase intention* konsumen GoFood dan memberikan manfaat bagi penelitian masa depan. Berikut merupakan berbagai saran yang dapat diberikan.

a. Saran untuk perusahaan:

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat indikator *user interface design* yang masih berada di bawah rata-rata, sehingga Gojek perlu memperhatikan dan meningkatkan beberapa hal yaitu meningkatkan kualitas tampilan menjadi lebih menarik agar tidak terlalu umum seperti layanan serupa lainnya, melengkapi informasi yang tersedia pada merchant GoFood, penggunaan warna yang lebih sesuai dan tidak terlalu ramai, penggunaan gambar pada menu GoFood yang lebih sesuai, serta mempersingkat proses pengguna dalam melakukan pemesanan di GoFood.
2. Hasil penelitian menunjukkan terdapat indikator *e-service quality* yang masih berada di bawah rata-rata, sehingga Gojek perlu memperhatikan dan meningkatkan beberapa hal yaitu melakukan efektifitas dan efisiensi pada fitur-fitur yang tersedia sehingga aplikasi akan lebih ringan jika dijalankan dan tidak mengakibatkan error seperti lag, serta memperbaiki kualitas pelayanan pada *customer service* seperti penggunaan layanan aduan langsung dengan *customer service* dan tidak menggunakan bot sehingga dapat lebih memahami permasalahan yang diajukan oleh konsumen.

3. Hasil penelitian menunjukkan terdapat indikator *repurchase intention* yang masih berada di bawah rata-rata, sehingga Gojek perlu memperhatikan dan meningkatkan beberapa hal yaitu dalam rangka meningkatkan minat konsumen untuk memberikan ulasan positif, Gojek dapat memberikan berbagai *reward* atau penghargaan menarik bagi konsumen yang telah memberikan ulasan, seperti pemberian poin yang nantinya dapat digunakan oleh konsumen untuk mendapatkan diskon pada saat melakukan pembelian pada GoFood.
- b. Saran untuk penelitian selanjutnya:
Sebaiknya pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel-variabel yang berkaitan dengan variabel *user interface design*, *e-service quality*, dan *repurchase intention*, seperti variabel *shopping experience*, *ease of use*, *perceived value*, dan loyalitas pelanggan, guna memberikan penjelasan yang lebih komprehensif.