

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat jika promosi memberi pengaruh positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan pengguna grabfood. Artinya, semakin baik promosi yang diberikan kepada pelanggan maka kepuasan pelanggan dalam menggunakan grabfood akan semakin tinggi
2. Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat jika kualitas pelayanan memberi pengaruh positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan bagi pengguna grabfood. Artinya, kemudahan yang diberikan grabfood melalui kualitas pelayanan mampu menciptakan pengalaman positif ketika pelanggan menggunakan layanan grabfood sehingga pelanggan puas
3. Berdasarkan hasil analisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian dapat dilihat jika promosi memberi pengaruh positif dan signifikan untuk melakukan keputusan pembelian. Artinya, semakin baik promosi yang diberikan grabfood maka semakin tinggi juga membuat pelanggan melakukan keputusan pembelian
4. Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat jika promosi memberi pengaruh positif dan signifikan

untuk melakukan keputusan pembelian. artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan grabfood maka semakin tinggi juga membuat pelanggan melakukan keputusan pembelian

5. Berdasarkan hasil analisis pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat jika keputusan pembelian memberi pengaruh positif dan signifikan untuk kepuasan pelanggan pengguna grabfood. Artinya, semakin tinggi keputusan pelanggan dalam menggunakan grabfood maka kepuasan pelanggan dalam menggunakan grabfood akan semakin tinggi
6. Berdasarkan hasil analisis pengaruh tidak langsung promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening dapat dilihat jika promosi memberi pengaruh positif dan signifikan untuk kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Artinya, semakin baik promosi yang diberikan grabfood akan menciptakan kepuasan pelanggan sehingga akan tinggi tingkat keputusan pembelian dalam menggunakan aplikasi grabfood. Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian adalah mediasi parsial. Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, bahwa ketika memasukkan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Artinya, promosi dapat tetap berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, meskipun keputusan pembelian memainkan peran sebagai faktor perantara.
7. Berdasarkan hasil analisis pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening dapat dilihat jika kualitas pelayanan memberi pengaruh positif dan

signifikan untuk kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan grabfood akan menciptakan kepuasan pelanggan sehingga akan tinggi tingkat keputusan pembelian dalam menggunakan aplikasi grabfood. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian adalah mediasi parsial. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, bahwa ketika memasukkan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Artinya, kualitas pelayanan dapat tetap berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, meskipun keputusan pembelian memainkan peran sebagai faktor perantara.

4.2 Saran

Berdasarkan fenomena sebelumnya dan hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi menunjukkan pada variabel promosi terdapat item dibawah rata-rata, yaitu promosi grabfood melalui media sosial karena promosi yang diberikan atau yang ditampilkan kurang menarik perhatian sehingga ada beberapa pelanggan yang tidak terlalu memperhatikan promosi yang diberikan grabfood melalui media sosial. Disarankan agar grab lebih konsisten dalam melakukan pemasaran secara langsung, baik melalui aplikasi, banner, maupun media sosial dengan cara menampilkan promo-promo dengan visual lebih menarik dan informatif ketika memberikan informasi terkait layanan yang diberikan grabfood. Selanjutnya, kesesuaian promosi event-event seperti voucher karena voucher yang diberikan tidak bisa digunakan dan

harga awal dengan ketika sudah memasukkan voucher tetap sama tidak ada penurunan harga. Disarankan grabfood bisa memberikan edukasi pengguna, grabfood bisa memperbaiki aturan dan informasi terkait voucher yang diberikan ketika event-event tertentu agar lebih jelas bagi pengguna. Edukasi ini bisa dilakukan dengan memberikan notif kepada pengguna grabfood.

2. Berdasarkan hasil rekapitulasi menunjukkan pada variabel kualitas pelayanan terdapat item dibawah rata-rata, yaitu konsistensi dalam mengajukan pertanyaan atau bantuan, terdapatnya responden ketika mengajukan pertanyaan atau bantuan tidak responsif terkadang tidak mendapatkan balasan. Grabfood dapat melakukan sistem otomatis ketika mengajukan pertanyaan atau bantuan kepada pelanggan. pesan ini dapat memberitahukan pelanggan bahwa pertanyaan mereka diterima dan sedang dalam proses penanganan. Selanjutnya, sikap yang diberikan *driver*; terdapatnya sikap driver yang kurang ramah sehingga mengalami kesulitan dalam berkomunikasi dengan driver yang kurang memperhatikan kebutuhan responden. Saran yang dapat diberikan yaitu memberikan pelatihan karyawan kepada driver-driver grabfood tentang pentingnya pelayanan pelanggan yang baik dan bagaimana berkomunikasi dengan baik. Ini bisa mencakup teknik komunikasi yang efektif, kesopanan, dan empati terhadap kebutuhan pelanggan. serta memberikan umpan balik kepada pelanggan tentang pengalaman mereka dengan driver, sehingga dapat membantu mengidentifikasi masalah dan memberikan umpan balik kepada driver untuk perbaikan. Terakhir ada ketanggapan *customer service* dan *call center* tidak membantu menyelesaikan

permasalahan yang terjadi pada responden, Sehingga saran yang diberikan yaitu grab perlu memperhatikan keluhan-keluhan dari pelanggan dan dapat mempertahankan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan cara menetapkan kebijakan penyelesaian masalah yang jelas dan transparan. Berikan informasi kepada pelanggan tentang langkah-langkah yang akan diambil untuk menyelesaikan masalah mereka terkait pemesanan makanan melalui grabfood.

3. Berdasarkan hasil rekapitulasi menunjukkan pada variabel keputusan pembelian terdapat item dibawah rata-rata, yaitu adanya ketidak sesuaian pesanan jumlah makanan dalam memberikan makanan karena beberapa permintaan dari responden tidak dapat terpenuhi karena tidak terdaftar saat pemesanan dan dalam pemesanan paket makanan tidak sesuai dengan yang tertera dalam deskripsi grabfood. Saran yang dapat diberikan yaitu memberikan kompensasi, jika memang terbukti ada kesalahan dari pihak perusahaan, berikan kompensasi kepada pelanggan sebagai bentuk maaf. Kompensasi bisa berupa voucher, diskon, atau refund. Selanjutnya, waktu tunggu karena terkadang melebihi waktu estimasi yang telah diberikan grabfood dan driver yang mendapatkan double order dengan jangka waktu yang sangat lama. Saran yang dapat diberikan yaitu informasi pengguna seperti kirimkan pemberitahuan kepada pengguna yang menunggu, jelaskan alasan keterlambatan, dan berikan perkiraan waktu penyelesaian baru jika memungkinkan. Sehingga akan membantu mengurangi rasa kekecewaan dan ketidaknyamanan pelanggan. Terakhir, tingkat keseringan pemesanan

makanan karena responden lebih menggunakan aplikasi pemesanan makanan online yang lain. Saran yang dapat diberikan yaitu membuat program loyalty, membuat program loyalitas yang menarik bagi pelanggan seperti poin reward atau diskon khusus bagi pelanggan yang sering menggunakan aplikasi. Serta dapat mengembangkan fitur-fitur baru dan inovatif dalam aplikasi grabfood untuk meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan.

4. Berdasarkan hasil rekapitulasi menunjukkan pada variabel kepuasan pelanggan terdapat item dibawah rata-rata, tampilan aplikasi grabfood, tampilan yang diberikan kurang menarik dan kurang dipahami oleh pelanggan. saran yang dapat diberikan yaitu penjelasan yang jelas, menyediakan penjelasan yang jelas tentang cara menggunakan aplikasi atau layanan. Gunakan panduan atau tutorial singkat jika diperlukan untuk membantu pengguna memahami fitur-fitur yang ada. Selanjutnya, layanan pesanan karena terjadinya responden yang tidak menemukan driver untuk melakukan pengirimana makanan, grabfood langsung segera membatalkan dan terus mencari driver dalam kurun waktu lebih dari 2 jam. Saran yang dapat diberikan yaitu memberikan notifikasi dan pemberitahuan, berikan notifikasi kepada responden secara teratur untuk mencari tahu mereka bahwa permintaan pengiriman masih dalam proses pencarian driver. Berikan perkiraan waktu yang lebih realistis tetang kapan driver mungkin ditemukan.