

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian pada 100 responden untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan pesan antar makanan di Jakarta dengan sampel mahasiswa pengguna Go-Food. Pengolahan data menggunakan *software* SPSS dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji regresi berganda, dan uji hipotesis. Maka disimpulkan bahwa:

- 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan diantara promosi terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan pesan antar makanan Go-Food di Jakarta.
- 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan diantara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan pesan antar makanan Go-Food di Jakarta.
- 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan diantara promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan pesan antar makanan Go-Food di Jakarta.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian selanjutnya bisa mengembangkan variabel yang jarang atau sedikit digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah labelisasi halal, harga, kualitas produk atau citra merek yang dilakukan oleh Siregar (2021), Putra (2021), dan (Romdhoni & Prastiwi, 2021). Oleh karena itu, akan membantu mengembangkan penelitian atau

pengetahuan mengenai kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan pesan antar makanan.

5.2.2 Implikasi Praktis

Berdasar hasil diketahui jumlah responden sangat setuju sebanyak 50, akan berlangganan Go-Food karena promo yang ditawarkan sangat banyak. Kemudian, sejumlah 55 responden menjawab setuju memiliki rasa nyaman saat menggunakan layanan Go-Food. Selain itu, responden merasa setuju untuk merekomendasikan Go-Food ketika puas sebanyak yang ditunjukkan oleh 58 responden. Hal seperti ini menunjukkan pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di layanan pesan antar *gofood* merasa puas dengan interpretasi yang diharapkan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Menyadari penelitian ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, ada beberapa keterbatasan penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Peneliti merasa memiliki keterbatasan, baik segi tenaga, waktu hingga penulis, sehingga hasil dari penelitian yang dilakukan dirasa kurang maksimal.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada satu layanan pesan antar saja, sehingga tidak memiliki ruang lingkup yang lebih luas.
3. Objek penelitian yang dikaji hanya berfokus pada promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan saja, sehingga informasi diluar objek tersebut tidak terhitung.
4. Referensi yang dimiliki peneliti belum begitu lengkap untuk menunjang

proses penelitian.

5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, maka diharapkan agar menambahkan berbagai dimensi lainnya untuk mengukur masing-masing variabel contohnya seperti keputusan pembelian, kualitas produk dan loyalitas pelanggan. Kemudian, diharapkan juga agar penelitian selanjutnya menggunakan objek penelitian yang berbeda, sehingga hasil penelitian tidak hanya berfokus pada ruang lingkup layanan pesan antar saja, melainkan layanan *e-commerce* lainnya, seperti tokopedia, bli-bli, dan sebagainya.

