

## **BAB V SIMPULAN**

### **5.1.Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dari pengolahan data dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Grabfood di Kebumen. Hal ini berarti semakin tinggi kemudahan penggunaan tidak menjamin seseorang merasakan kepuasan yang tinggi juga.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Grabfood di Kebumen. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan pelanggan.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Grabfood di Kebumen. Hal ini berarti semakin tingginya nilai dari pelanggan maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan pelanggan.
4. Sesuai dengan hasil uji F menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga dapat diartikan bahwa variabel kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Grabfood di Kebumen.

## 1.2. Keterbatasan

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan diantaranya yaitu:

1. Penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kepuasan pelanggan 61,4% dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, kualitas layanan dan nilai pelanggan. Peneliti lain disarankan untuk mengambil variabel lain karena  $(100\% - 61,4\%) = 38,6\%$  dijelaskan oleh faktor lain dari luar model atau dipengaruhi variabel lain, serta menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk google form yang dishare melalui WA (WhatsApp) yang membuat jawaban responden terkadang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Penelitian ini melibatkan subjek penelitian dalam jumlah 100 responden. Sehingga hasil dalam penelitian ini belum diregeneralisasikan pada kelompok subjek dalam jumlah yang besar.

## 1.3. Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian mencakup dua hal yaitu implikasi praktis dan implikasi teoritis. Implikasi praktis berkaitan dengan kontribusi penelitian terhadap faktor kepuasan pengguna layanan Grabfood di Kebumen. Sedangkan implikasi teoritis berhubungan dengan kontribusinya

bagi pengembangan teori-teori tentang kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Grabfood.

### 5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi PT Grab Indonesia yaitu sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar  $1.290 < t$  tabel sebesar  $1,985$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan jawaban responden pada penelitian ini yang sebagian besar adalah para mahasiswa atau pelajar yang mana responden telah terbiasa berinteraksi dengan internet. Dengan seringnya berinteraksi dengan internet membuat responden tidak merasa kesulitan untuk berbagai kegiatan melalui internet. Dengan demikian, mudah atau tidaknya suatu layanan atau aplikasi tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pada variabel kemudahan penggunaan dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan pada aplikasi Grab khususnya Grabfood diharapkan mempertahankan dan meningkatkan kemudahan penggunaan agar memicu adanya kepuasan pelanggan. Semakin baik kemudahan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

- b. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar  $5.088 > t$  tabel sebesar  $1,985$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pengguna layanan Grabfood merasa bahwa kualitas pelayanan dapat menjadikan pengguna merasa puas. Berdasarkan jawaban responden menunjukkan bahwa sebagian responden memberikan penilaian cukup baik terhadap kualitas pelayanan, responden merasa aplikasi Grabfood mampu memberikan pelayanan yang responsive terhadap konsumen yang mana membuat pelanggan merasa puas. Berdasarkan hasil pada variabel kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan pada aplikasi Grab khususnya Grabfood untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan pola strategi pelayanan yang lebih baik yang mana dapat menjadi peluang bagi perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang responsive terhadap konsumen dan memberikan tanggapan yang baik jika terdapat kendala, sehingga pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Grabfood.
- c. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar  $4.031 > t$  tabel sebesar  $1,985$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan jawaban responden menunjukkan bahwa sebagian responden memberikan penilaian

cukup tinggi terhadap nilai pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap peranan nilai pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna layanan Grabfood di Kebumen. Berdasarkan hasil pada variabel nilai pelanggan dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan pada aplikasi Grab khususnya Grabfood diharapkan untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai pelanggan agar memicu adanya kepuasan pelanggan. Meningkatkan nilai pelanggan dengan meningkatkan benefit dari layanan yang telah digunakan dan selalu berinovasi. Hal tersebut perlu dilakukan supaya mampu mendorong konsumen merasa puas.

### **5.3.2 Implikasi Teoritis**

Berdasarkan penelitian mengenai kepuasan pelanggan terdapat beberapa hasil dalam penelitian ini. Hasil tersebut memberikan dukungan secara empiris terhadap teori-teori antara lain:

1. Implikasi yang berkaitan dengan teori kemudahan penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Grabfood di Kebumen. Hal ini membuktikan bahwa mudah atau tidaknya aplikasi, tidak menjamin seseorang merasa puas, jika kemudahan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka pengguna pun akan menilai bahwa aplikasi tersebut layak untuk digunakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil

penelitian yang dilakukan oleh (Khoiruddin & Asteria, 2023) yang menyatakan bahwa kemudahan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek online di Yogyakarta.

2. Implikasi yang berkaitan dengan teori kualitas pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Grabfood di Kebumen. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang baik membuat seseorang merasakan kepuasan, jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka pengguna pun akan menilai bahwa aplikasi tersebut pelayanan yang baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sajidah & Aulia, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan Grabfood, artinya semakin baik kualitas layanan, maka kepuasan pelanggan pun akan meningkat.

3. Implikasi yang berkaitan dengan nilai pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Grabfood di Kebumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat yang dirasakan pelanggan dan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan maka besar pula kemungkinan terjadinya kepuasan, dengan adanya promo, kecepatan layanan serta jaminan asuransi membuat pelanggan merasa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan apa yang

mereka dapatkan. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurjannah, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan, setelah puas pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan.

