

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap data dari kuesioner yang diberikan kepada pengguna layanan Go-Food di DKI Jakarta, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta dengan nilai *T-statistics* sebesar $5,438 > 1,96$; *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$; serta *original sample* sebesar 0,512.
2. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta dengan nilai *T-statistics* sebesar $2,246 > 1,96$; *P-values* sebesar $0,025 < 0,05$; serta *original sample* sebesar 0,216.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta dengan nilai *T-statistics* sebesar $5,415 > 1,96$; *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$; serta *original sample* sebesar 0,520.
4. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta dengan nilai *T-statistics* sebesar $0,007 < 1,96$; *P-values* sebesar $0,994 > 0,05$; serta *original sample* sebesar 0,001.

5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta dengan nilai *T-statistics* sebesar $3,895 > 1,96$; *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$; serta *original sample* sebesar 0,398.
6. Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta dengan nilai *T-statistics* sebesar $2,953 > 1,96$; *P-values* sebesar $0,003 < 0,05$; serta *original sample* sebesar 0,204.
7. Kepuasan Pelanggan tidak memediasi pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap loyalitas pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta dengan nilai *T-statistics* sebesar $1,900 < 1,96$; *P-values* sebesar $0,057 > 0,05$; serta *original sample* sebesar 0,086.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta. Sehingga, disarankan agar PT. Gojek Indonesia dapat menjaga keterjangkauan harga melalui strategi promo yang tepat sasaran, seperti potongan harga, gratis ongkir, atau paket *bundling*, agar pelanggan tetap merasa puas saat menggunakan layanan Go-Food.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

layanan Go-Food di DKI Jakarta. Sehingga, disarankan agar PT. Gojek Indonesia perlu terus menyempurnakan fitur layanan serta desain aplikasi agar pengguna merasa nyaman dan mudah saat menggunakan layanan.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta. Oleh karena itu, disarankan PT. Gojek Indonesia dapat mempertahankan konsistensi harga dan transparansi biaya agar pelanggan merasa nilai yang diterima sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, sehingga mendorong penggunaan layanan secara berulang.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta. Oleh karena itu, disarankan PT. Gojek Indonesia untuk tidak menjadikan kemudahan penggunaan sebagai satu-satunya strategi dalam membangun loyalitas. Namun, kemudahan penggunaan tetap perlu dipertahankan agar pelanggan tidak mengalami hambatan dalam menggunakan layanan. Perusahaan sebaiknya lebih memfokuskan upaya peningkatan loyalitas pada faktor-faktor lain yang memiliki pengaruh lebih besar.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta. Oleh karena itu, disarankan PT. Gojek Indonesia untuk

fokus pada peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan, seperti kecepatan pengantaran, ketepatan pesanan, dan respons layanan pelanggan, guna menciptakan pengalaman yang memuaskan.

6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta. Oleh karena itu, disarankan PT. Gojek Indonesia perlu memastikan bahwa kebijakan harga yang diterapkan mampu menciptakan kepuasan pelanggan terlebih dahulu, karena kepuasan tersebut menjadi faktor terbentuknya loyalitas pelanggan.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan tidak memediasi pengaruh antara Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta. Oleh karena itu, disarankan PT. Gojek Indonesia untuk mengombinasikan kemudahan pengguna dengan peningkatan kualitas layanan, serta pemberian insentif seperti poin atau *reward* pelanggan. Dengan demikian, kemudahan penggunaan tidak hanya berfungsi sebagai faktor teknis, tetapi juga mampu mendukung terciptanya nilai tambah yang mendorong loyalitas pelanggan secara tidak langsung.