

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang digunakan yaitu *e-service quality*, *customer trust*, *brand image* dan *customer satisfaction*. Penelitian ini menggunakan data primer, karena dalam pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner menggunakan *google form*. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 164 orang pengguna layanan pesan antar makanan GoFood di Kota Padang. Selanjutnya, data diolah dengan menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Berdasarkan pembahasan dan penjelasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan :

1. *E-service quality* memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan online yang baik mampu berdampak pada kepuasan konsumen pengguna GoFood di Kota Padang.
2. *Customer trust* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kepercayaan konsumen mampu memberikan dampak pada kepuasan konsumen pengguna layanan pesan antar makanan GoFood di Kota Padang.
3. *Brand image* memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal tersebut berarti bahwa citra

merek memberikan mampu memberikan dampak pada kepuasan konsumen pengguna layanan pesan antar makanan GoFood di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting bagi pihak Gojek khususnya GoFood untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap layanan jasanya, diantaranya sebagai berikut :

1. Penelitian ini menemukan hasil bahwa *e-service quality* berhubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan online yang baik akan mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna GoFood di Kota Padang. Bagi konsumen pengguna layanan jasa, pelayanan tentunya merupakan suatu hal yang sangat penting diperhatikan untuk menentukan kepuasannya apabila sesuai dengan apa yang diharapkan dan apa yang didapatkan. Bagi pihak Gojek khususnya GoFood, peningkatan kualitas layanan online dalam hal ini aplikasi perlu terus dilakukan. Hal tersebut perlu menjadi catatan, karena berdasarkan penelitian ini rentang usia 17- 25 merupakan usia yang melek teknologi dan paling banyak dari responden yang menggunakan GoFood. Responden dengan rentang usia tersebut merupakan usia produktif dan berada pada fase memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, sehingga akan sering menggunakan semua hal yang berbau teknologi untuk memenuhi kebutuhannya.
2. Penelitian ini menemukan hasil bahwa *customer trust* berhubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini

membuktikan bahwa kepercayaan memang memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan juga signifikan memberikan dampak. Bagi pengguna layanan GoFood, ia cenderung menilai dan melihat apa yang sudah dirasakan dan dinikmati atau dikonsumsi. Disaat penggunaan layanan untuk pertama kalinya sesuai dengan yang diharapkan, maka ia akan percaya dengan layanan tersebut. Bagi pihak Gojek khususnya GoFood, menjaga kepercayaan konsumen merupakan hal yang sangat penting agar konsumen tersebut terus menerus menggunakan layanan yang ada dan juga untuk menjaga hubungan jangka panjang terhadap konsumen.

3. Penelitian ini menemukan hasil bahwa *brand image* berhubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal tersebut membuktikan bahwa citra merek yang tertanam dibenak konsumen dari sebuah *brand* akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Bagi pengguna layanan GoFood, citra baik yang tertanam dikepalanya apabila sesuai dengan apa yang dirasakannya maka akan memberikan rasa senang dan puas yang ujungnya memiliki dampak yang besar terhadap kepuasannya. Bagi pihak Gojek khususnya GoFood, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen tentunya merupakan suatu keharusan. Dengan citra GoFood saat ini yang baik dibandingkan pesaing sejenisnya terbukti dengan beberapa survey yang telah dilaksanakan harus dijaga dengan terus meningkatkan dan menjaga pelayanannya yang mana semata-mata untuk kebaikan GoFood saat ini dan masa diakan yang akan datang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah menyelesaikan penelitian, tetapi peneliti menyadari bahwa adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna layanan GoFood yang berdomisili di Kota Padang.
2. Objek yang diteliti hanya layanan pesan antar makanan GoFoodnya saja belum mampu untuk layanan lainnya yang sejenis
3. Peneliti hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu *e-service quality*, *customer trust*, dan *brand image* terhadap *customer satisfaction*
4. Peneliti tidak memiliki akses data ke kantor perwakilan Gojek Kota Padang

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang sudah diuraikan di atas, maka ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk memperluas ruang lingkup penelitian
2. Cakupan objek pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat diperluas lagi
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan menambah variabel lain yang sekiranya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mendapatkan akses data ke kantor perwakilan Gojek di Kota Padang

