BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang digunakan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas interaksi *Grabfood* terhadap kepuasan konsumen di Kota Bogor, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, didapatkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas interaksi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukan oleh hasil uji t dan uji f. Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sedangkan uji f sebesar 0,000 < 0,05, yang artinya hipotesis alternatif (Ha) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas interaksi *Grabfood* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kota Bogor. Hal tersebut dapat dilihat baik dari segi kualitas kurir, kualitas resto hingga layanan terpercaya yang merupakan bagian dari kualitas pelayanan *Grabfood.* Sedangkan untuk kualitas interaksi hasilnya sama baik dari secara langsung maupun komunikasi melalui *apps mobile.*
2. Berasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,624 sama dengan 62,4%. Artinya dapat disumpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas interaksi mempengaruhi kepuasan konsumen adalah sebesar 62,4%, yang artinya kualitas pelayanan dan kualitas interaksi berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen di Kota Bogor, kemudian sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi jasa *Grabfood*, berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayananan dan kualitas interaksi dari *Grabfood* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respon berupa kepuasan konsumen di Kota Bogor. Melihat hasil data yang sudah tertera, menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas interaksi dari *Grabfood* pada umumnya sudah baik dimata konsumennya baik dari segi kualitas kurir, kualitas resto hingga layanan terpercaya. Sama halnya dengan kualitas interaksi baik dari segi komunikasi secara langsung maupun komunikasi melalui *apps mobile.* Namun masih perlu diringkatkan lagi pada beberapa hal seperti kecepatan waktu pengantaran makanan atau minuman kepada konsumen hingga responsif dalam membalas *chat* ketika konsumen sedang bertransaksi. Hal tersebut agar para konsumen yang diberikan pelayanan ataupun saat interaksi mendapatkan kenyamanan berupa merasa puas berlangganan dan bertransaksi di *Grabfood*.
2. Bagi *driver Grabfood*, sebaiknya memiliki sifat inisiatif dan responsif dalam hal pengantaran baik berupa makanan dan minuman untuk

meningkatkan kinerja sehingga konsumen merasa puas berlangganan di *Grabfood*.

3. Bagi peneliti yang selanjutnya, sangat diharapkan agar dapat lebih bisa mengembangkan penelitian terhadap berbagai macam faktor yang lain, tidak hanya dalam segi faktor kualitas pelayanan maupun kualitas interaksi dari *Grabfood* saja, tetapi juga dapat membahas mengenai berbagai macam jenis pelayanan apapun yang banyak ditawarkan oleh aplikasi *Grab* maupun PT. Grab Indonesia itu sendiri.