



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa semakin baik kualitas layanan GrabFood, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh negatif dan signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa semakin rendah harga GrabFood, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Terdapat pengaruh dan signifikan dari variabel promosi penjualan terhadap variabel kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa semakin sering serta semakin baik promosi penjualan GrabFood, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

5.2 Saran

1. Hasil pembahasan yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel kualitas layanan menjadi faktor yang paling besar dalam memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan jika dibandingkan dengan indikator variabel lainnya. PT. Grab Indonesia hendaknya lebih meningkatkan kualitas layanannya. Terutama dalam kesamaan menu yang di antar dengan yang di tampilkan di aplikasi, Grab disarankan untuk menindaklanjuti para penjual yang tidak memberikan atau menampilkan gambar yang tidak sesuai dengan menu dalam aplikasi.
2. Hasil pembahasan yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. PT. Grab Indonesia disarankan agar dapat menyesuaikan tingkatan harga yang telah ditetapkan dengan kemampuan daya beli para pelanggannya, sehingga di harapkan harga GrabFood sesuai dengan ekspektasi dari pelanggan Dengan begitu kepuasan pelanggan layanan GrabFood di kota Sidoarjo akan meningkat.
3. Hasil pembahasan yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel Promosi Penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. PT. Grab Indonesia disarankan



untuk terus berusaha meningkatkan promosi penjualannya dengan cara memberikan *voucher* atau *cashback* serta diskon lebih sering lagi dan menambah nilai *voucher* atau *cashback* serta diskon lebih besar lagi, sehingga para pelanggan lebih tertarik dan terdorong untuk menggunakan layanan GrabFood lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- APJII, 2016. Jenis Perangkat yang dipakai pengguna Internet. *Polling Indonesia*. Diakses Tanggal 5 Maret 2020 Pukul 11.58 WIB
- Basu, Swasta dan Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen..* Yogyakarta: BPFE
- Bowo *et all.* 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Notebook Merek Acer. *Journal Gaussian* Vol 2, No 1 Hal 29-38. Diakses Tanggal 9 Maret 2020 Pukul 20.00 WIB
- Buchari Alma. 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Dahuri, Deri. 2019. *97% dari Populasi di Indonesia Gunakan Internet*. (<https://mediaindonesia.com/read/detail/277219-97-dari-populasi-di-indonesia-gunakan-internet.html>). Diakses Tanggal 10 Maret 2020 Pukul 21.21 WIB
- Dewa, Chriswardana Bayu. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Jurnal Prespetif* Vol 16, No 1. Diakses pada 15 Juli 2020 Pukul 01.26 WIB
- Fardiani, Aprillia Nia. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang. *Undip Institutional Repository*. Diakes Tanggal 15 Juli 2020 Pukul 00.40 WIB
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hakim *et all.* 2018. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* Vol 7, No 5. Diakses pada 15 Maret 2020 Pukul 18.24 WIB
- Harahap, Kurnia Alam Syah Effendy. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Ronggowarsito Semarang. *UDiNus Repository*. Diakses Tanggal 1 Juni 2020 Pukul 14.15 WIB
- Himawan *et all.* 2014. Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif. *Scientific Journal of Informatics* Vol 1, No 1. Diakses pada 02 Juli 2020 Pukul 23.00 WIB
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Jayani, Dwi Hadya. 2019. *Pangsa Pasar Grab di Indonesia dan Vietnam Lebih Besar daripada Gojek*. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/20/pangsa-pasar-grab-di-indonesia-dan-vietnam-lebih-besar-daripada-gojek>). Diakses Tanggal 11 Maret 2020 Pukul 22.44 WIB





Kemp, Simon. 2020. *Digital 2020: Indonesia*. (<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>). Diakses Tanggal 10 Maret 2020 Pukul 00.21 WIB

Kotler, Philip 2012. *Kepuasan Konsumen*, Penerbit Erlangga. Bandung

Kotler, Philip & Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*, thirteen edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

_____. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

_____. 2014. *Principles of Marketing*. Jilid 1 12th Edition. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip & Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.

Malhotra, M.K. 2012. *Operations Management, 10th Edition*. USA: Pearson.

Nasrlum, Arnaldy. 2016. “*Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Era Globalisasi*”, <https://www.kompasiana.com/arnaldinasrum/550045e7a33311bb7451058d/pengaruh-perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-era-globalisasi>. Diakses Tanggal 14 Maret 2020 Pukul 22.27 WIB

Novrianda, Herry. 2018. Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi* Vol 25 No 2. Diakses pada 30 Juli 2020 Pukul 03.24 WIB

Ona et al. 2016. *Transit Passengers' Behavioural Intentions: The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction*. *Transportmetrica A: Transport Science*. Vol 12. No 5.

Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Cetakan Pertama Jakarta : Trans Media Pustaka.

Saipurrohman. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Dan Grab Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Diakses Tanggal 17 Maret 2020 Pukul 23.05 WIB

Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jilid 1. Jakarta: PT Gramedia

Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat

Setyobudi, I. & Daryanto (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Anndi Offset

Untari, Pernita Hestin. 2019. “*APJII: Pulau Jawa Sumbang Kontribusi Paling Besar Pengguna Internet di Indonesia*”, <https://techno.okezone.com/read/2019/05/21/207/2058456/apjii-pulau-jawa-sumbang-kontribusi-paling-besar-pengguna-internet-di-indonesia>. Diakses Tanggal 15 Juli 2020 Pukul 00.15 WIB

Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo