

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pada analisa kepuasan pelanggan tolak ukur untuk kepuasan pelanggan sendiri adalah konsumen menginginkan harga yang murah dengan kualitas pelayanan yang baik yang tergambar pada *Customer Value Map* dengan posisi nilai rasio pada masing-masing *online food delivery* yakni didapatkan nilai *market perceived quality profile* dan kedua *online food delivery* yakni:

- a. *Shopeefood Delivery* dengan score 2,63
- b. *Grabfood Delivery* dengan score 2,67

Kualitas layanan *Shopeefood Delivery* dan *Grabfood Delivery* termasuk bernilai tinggi akan tetapi dilihat dari hasil perhitungan *score* layanan *Shopeefood Delivery* lebih kecil dibandingkan dengan hasil perhitungan *score* layanan *Grabfood Delivery*.

Sedangkan nilai *market perceived price profile* kedua *online food delivery* yakni:

- a. *Shopeefood Delivery* dengan score 0,75
- b. *Grabfood Delivery* dengan score 0,26

Maka didapatkan urutan nilai anggapan terhadap kualitas pelayanan dan harga yakni pertama *Grabfood Delivery*, dan kedua *Shopeefood Delivery*. Sehingga

memungkinkan pelanggan berpindah ke *Grabfood Delivery* sebagai pesaingnya cukup besar.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa saran yang dapat diberikan dari penelitian ini yaitu:

1. Dari kelima faktor tersebut responden memilih faktor kualitas pelayanan paling banyak dan menitik beratkan yaitu pada faktor *customer service* hal ini menyebabkan responden berpindah dikarenakan 3 hal yang adadi faktor *customer service* yakni Kemampuan *customer service* selalu siap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, kemudahan dalam menyampaikan keluhan, dan Keluhan pada konsumen cepat ditanggapi *customer service*.
2. Terdapat evaluasi kinerja yang dilakukan pihak atau pengelola manajemen *Shopeefood* terutama evaluasi kinerja pada bagian *customer service*. Evaluasi kinerja yang dilakukan bertujuan untuk memperbaiki ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan *customer service* dari *Shopeefood Delivery*.
3. Dari segi harga untuk layanan *Shopeefood Delivery* perlu melakukan sedikit perbaikan pada harga barang yang dijual dengan memberikan tambahan diskon yang bisa diaplikasikan lebih dari 1 voucher diskon, hal tersebut untuk bisa menarik atau mempertahankan pelanggannya.