

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis metode *E-Servqual*, kualitas layanan GoFood menunjukkan nilai rata-rata gap sebesar $-0,53$ dengan tingkat kualitas layanan $88,2\%$ pada kategori cukup baik, yang berarti layanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Dimensi *Efficiency*, *Reliability*, dan *Privacy* berada pada gap terendah dengan kategori baik, sedangkan *Fulfillment*, *Responsiveness*, *Compensation*, dan *Contact* termasuk dalam gap terbesar dengan kategori cukup baik sehingga masih memerlukan perbaikan untuk memenuhi harapan pelanggan secara optimal.
2. Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan layanan GoFood menunjukkan nilai rata-rata $4,02$ pada tingkat kategori puas, yang menandakan pelanggan merasa puas meskipun masih diperlukan peningkatan. Dimensi *efficiency* berada pada kategori sangat puas, sedangkan *reliability*, *privacy*, *contact*, *responsiveness*, *fulfillment*, dan *compensation* termasuk kategori puas.
3. Berdasarkan metode *Net Promoter Score* (NPS), diperoleh nilai skor NPS secara umum dan dimensi sebesar 16 dan 15 , yang mencerminkan bahwa proporsi tingkat loyalitas pelanggan layanan GoFood mayoritas tergolong loyal untuk merekomendasikan layanan (*Promoter*), Pada NPS tingkat

dimensi, seluruh dimensi juga berada pada kategori loyal, Meskipun demikian, dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, dan terutama *Compensation* memiliki skor NPS yang paling rendah.

4. Berdasarkan hasil analisis kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan, usulan perbaikan difokuskan pada dimensi *Fulfillment*, *Responsiveness*, *Compensation*, dan *Contact*. Perbaikan pada dimensi *Fulfillment* diarahkan pada peningkatan akurasi estimasi waktu dan kecepatan pengantaran pesanan agar sesuai standar layanan. Pada dimensi *Responsiveness*, diperlukan peningkatan profesionalisme dan keramahan dalam menangani keluhan. Dimensi *Compensation* perlu diperkuat melalui pemberian solusi dan kompensasi yang lebih transparan ketika terjadi kesalahan layanan. Sementara itu, pada dimensi *Contact*, optimalisasi berbagai saluran komunikasi yang mudah diakses dan responsif.

5.2 Saran

Adapun saran dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

- 1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti *site aesthetics*. Serta tidak hanya berfokus pada pengukuran kualitas layanan, tetapi juga mampu mengkaji hubungan serta menguji pengaruh antar variabel secara lebih mendalam dalam menjelaskan keterkaitan antara kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

- 2) Penelitian berikutnya disarankan memperluas objek yang diteliti, misalnya objek berupa layanan pesan antar makanan yang lain dan layanan umum.

2. Saran Praktis

- 1) Perusahaan disarankan melakukan peningkatan kualitas layanan secara terintegrasi pada seluruh dimensi *E-Servqual*, sekaligus memprioritaskan perbaikan pada dimensi *fulfillment*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Pendekatan terintegrasi ini penting agar kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan dapat diminimalkan.
- 2) Perusahaan disarankan menerapkan pengelolaan pengalaman pelanggan berbasis data melalui pemantauan rutin kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan sehingga perbaikan dapat dilakukan secara berkelanjutan, dan berdampak pada peningkatan kepuasan serta loyalitas pelanggan.