

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan terhadap pelanggan pengguna GrabFood pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan tahun 2018 sebagai responden, maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil penyajian data yang terkumpul. Maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data variabel harga, diperoleh hasil 57 (87,7%) responden menyatakan bahwa harga pada layanan GrabFood termasuk dalam kategori murah.
2. Untuk analisis data kepuasan pelanggan, diperoleh hasil 50 (76,9%) responden menyatakan bahwa kepuasan pelanggan pada GrabFood termasuk kategori sangat puas.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GrabFood. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai koefisien tersebut memberikan arti bahwa bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GrabFood. Pada analisis korelasi produk momen dan regresi diperoleh R sebesar 0,874 dan berada pada interval 0,70 - 1,000. Hal itu menunjukkan bahwa antara

variabel harga (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki derajat keterkaitan yang sangat kuat. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 17,432 + 0,707 X$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna GrabFood secara signifikan. Berdasarkan hasil analisis *R square* atau koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,763, hal tersebut menyatakan bahwa harga (X) menyumbang pengaruh sebesar 76,3% terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan 23,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, Grab tentunya menginginkan agar perusahaan tumbuh dengan baik dan juga pesat. Oleh karena itu disarankan agar perusahaan Grab lebih mempertahankan harga yang ditetapkan agar dapat dijangkau oleh semua konsumen dari kalangan bawah hingga atas, dan juga potongan harga yang ditawarkan lebih bervariasi untuk menarik konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Diharapkan peneliti selanjutnya yang tertarik dengan variabel kepuasan pelanggan akan mempelajari masalah ini dalam skala yang lebih besar, seperti menambahkan variabel lain untuk mengungkapkan dinamika kepuasan pelanggan dengan lebih baik.
- b. Dapat memperdalam hasil penelitian selanjutnya dengan menelaah masing-masing faktor atau indikator yang terdapat pada variabel harga, sehingga dapat diketahui bahwa faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang lebih dominan daripada variabel harga.