

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan harga terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta yang menggunakan layanan jasa Grabfood, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta yang menggunakan layanan jasa Grabfood. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (H_1) diterima.
2. Variabel citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta yang menggunakan layanan jasa Grabfood. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel citra merek terhadap kepuasan konsumen (H_2) diterima.
3. Variabel harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta yang menggunakan layanan jasa Grabfood. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen (H_3) ditolak.
4. Pengaruh simultan antara variabel independen dengan variabel dependen

berdasarkan uji F memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ maka H4 yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, citra merek dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima. Dan model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh secara bersama-sama atau kontribusi dari variabel Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga dapat dilihat pada *Adjusted R Square* 61,3%. Hal ini menunjukkan bahwa 61,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, citra merek, harga sedangkan sisanya sebesar 38,7% dipengaruhi oleh variabel- variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dari kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikandalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Mengembangkan Variabel Baru:

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, seperti promosi, kemudahan akses aplikasi, dan kualitas produk makanan.

- b. Melakukan Studi dengan Populasi yang Lebih Luas:

Penelitian mendatang juga dapat memperluas cakupan penelitian

dengan melibatkan mahasiswa dari kampus lain atau masyarakat umum untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

c. Menggunakan Metode yang Berbeda:

Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan metode penelitian kualitatif atau mixed methods untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

2. Bagi Perusahaan

a. Meningkatkan Kualitas Pelayanan:

Meningkatkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, Grabfood disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini dapat dilakukan dengan mempercepat waktu respons terhadap keluhan konsumen, meningkatkan keterampilan mitra pengemudi, serta menjaga kualitas makanan selama proses pengantaran.

b. Memperkuat Citra Merek:

Citra merek yang positif terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, Grabfood disarankan untuk memperkuat branding dan citra positif melalui kampanye pemasaran yang efektif, menjaga reputasi dengan menanggapi ulasan konsumen secara aktif, serta meningkatkan keterlibatan dengan komunitas mahasiswa.