

BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan landasan teori dan disertai dengan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan GrabFood di Kota Kupang.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan GrabFod di Kota Kupang .

1.2. Implikasi Teoritis

Impikasi teoritis dapat diambil dari penelitian skripsi ini menurut teori pendukung sebagai berikut:

- a. Tjiptono dalam Selang (2013: 73) berpendapat bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan membeli. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor promosi memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan GrabFood di Kota Kupang sehingga penelitian ini mendukung teori Tjiptono(2013: 73).

Kotler (2011: 189) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jasa / layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tetapi bisa juga tidak dikaitkan. Jasa bersifat tidak berwujud, tidak terpisahkan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor kualitas layanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan GrabFood di Kota Kupang sehingga penelitian ini mendukung teori Kotler (2011: 189) .

- b. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bustam, Nur Syamsu, Nur Fajriani, Izmalinda, Tri Retno (2017) dan Eva Karla (2014) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara faktor kualitas layanan terhadap keputusan konsumen pada Matahari Depertemen Store Kramat Jati..” Berdasarkan hasil penelitian saya dengan hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa terdapat kesamaan pada hasil penelitian memunjukkan pengaruh positif dan signifikan anantara pengaruh

promosi, kualitas layanan terhadap keputusan konsumen menurut Bustam, Nur Syamsu, Nur Fajriani, Izmalinda, Tri Retno (2017) dan Eva Karla (2014).

5,3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini terdapat beberapa masukan implikasi terapan yang dapat peneliti sampaikan diantaranya

1. Bagi perusahaan kenyamanan yang digunakan pada keputusan konsumen, terhadap GrabFood. Kualitas pelayan paling rendah oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan keamanan dalam hal ini kendaraan yang aman dan juga selalu memberikan penumpang/ konsumen helm ketika dalam perjalanan dan utamakan keselamatan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan agar dapat menggunakan faktor-faktor yang lain untuk melihat pengaruh kepuasan konsumen dan memperhatikan indikator-indikator yang digunakan sehingga mampu memberikan hasil penelitian yang benar-benar mewakili keadaan yang sebenarnya.