

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata tingkat kesesuaian antara kepentingan atau harapan dan kinerja layanan Gofood yaitu sebesar 93,08%. Hasil ini termasuk dalam kategori sangat puas. Namun, berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* ditemukan beberapa indikator yang memerlukan perbaikan dalam kinerjanya, hal ini dapat dilihat dari diagram kartesius kuadran 1 sebagai prioritas utama yang harus diperbaiki oleh pihak Gofood, yaitu kesesuaian dengan klasifikasi produk (seberapa sesuai pengelompokan dan penampilan makanan/minuman dengan yang aslinya), perintah/ketentuan berlaku sesuai janji (kesesuaian informasi estimasi pengiriman dengan kenyataan aslinya), adanya mekanisme dalam penanganan masalah (bagaimana penanganannya apabila terjadi masalah), pengembalian uang (saat terjadi pembatalan pesanan), dan ketersediaan *customer service* melalui telepon.

#### **B. Saran**

Berangkat dari temuan ini, terdapat saran penting untuk Gojek dan peneliti selanjutnya.

1. Untuk Gojek, ada beberapa indikator yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan Gofood sebagai faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa indikator tersebut yaitu

kesesuaian dengan klasifikasi produk (seberapa sesuai pengelompokan dan penampilan makanan/minuman dengan yang aslinya), perintah/ketentuan berlaku sesuai janji (kesesuaian informasi estimasi pengiriman dengan kenyataan aslinya), adanya mekanisme dalam penanganan masalah (bagaimana penanganannya apabila terjadi masalah), pengembalian uang (saat terjadi pembatalan pesanan), dan ketersediaan *customer service* melalui telepon.

2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti memperluas cakupan penelitian ini dengan menggali variabel lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menggunakan pendekatan metodologis yang beragam, seperti survei lapangan atau wawancara, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih dalam dan mengurangi bias, agar menghasikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang perkembangan kepuasan pelanggan dalam konteks layanan berbasis aplikasi.