

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Pada pengujian penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan juga menggunakan *software Statistical Program for Social Science (SPSS) 25*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas informasi dan metode pembayaran terhadap kepuasan pelanggan antara Shopee-Food dan Go-Food dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas informasi pada penilaian Shopee-Food dan Go-Food memiliki perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig.(2-tailed) ( $<0,001$ ) yang lebih kecil dari 0,05 di mana H1 diterima atau adanya perbedaan kualitas informasi Shopee-Food dan Go-Food. Pada penilaian Go-Food memiliki rata-rata (41,19) dan Shopee-Food memiliki rata-rata (38,64), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi Go-Food lebih tinggi dibandingkan Shopee-Food.
2. Metode pembayaran pada penilaian Shopee-Food dan Go-Food memiliki perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig.(2-tailed) ( $<0,001$ ) yang lebih kecil dari 0,05 di mana H2 diterima atau adanya perbedaan antara metode pembayaran Shopee-Food dan Go-Food. Pada penilaian Shopee-Food memiliki rata-rata (30,05) dan Go-Food memiliki rata-rata (27,91), sehingga dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran Shopee-Food lebih tinggi dibandingkan dengan Go-Food.
3. Kepuasan pelanggan pada penilaian Shopee-Food dan Go-Food memiliki perbedaan yang signifikan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig.(2-tailed) (0,026) yang lebih kecil dari 0,05 di mana H3 diterima atau adanya perbedaan antara kepuasan pelanggan Shopee-Food dan Go-Food. Pada penilaian Shopee-Food memiliki rata-rata (3,5625) dan Go-Food memiliki rata-rata (3,0781), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Shopee-Food lebih tinggi dibandingkan dengan Go-Food.

Maka dari itu penilaian kualitas informasi dan metode pembayaran aplikasi Shopee-Food dan Go-Food menurut konsumen pada setiap dimensi sudah termasuk dalam kategori yang baik karena mayoritas responden setuju dengan pernyataan positif yang disajikan. Hal ini membuat penilaian kepuasan pelanggan Shopee-Food dan Go-Food pada setiap dimensi juga mayoritas responden menjawab “Ya” dengan pertanyaan positif yang disajikan.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Menambahkan informasi detail *traffic* pada lokasi saat *driver* berada di perjalanan mengantar pesanan seperti yang ada pada *google maps*. Karena dengan adanya detail ini konsumen dapat mengetahui apakah jalanan lalu lintas macet atau lancar saat mengantarkan pesanan di aplikasi Shopee-Food maupun Go-Food.
2. Pada aplikasi Go-Food sebaiknya menghilangkan fitur penerimaan *double order* pada *driver* karena hal ini dapat membuat konsumen menunggu lama pesannya. Atau jika *driver* yang menerima *double order* sebaiknya Go-Food hanya menerima pesanan konsumen yang jalannya searah atau daerah yang dekat antar konsumen 1 dan konsumen lainnya.
3. Pada metode pembayaran aplikasi Shopee-Food maupun Go-Food dapat ditambahkan dengan transfer bank. Transfer bank ini dapat melalui cara virtual account pada saat pembayaran. Hal ini dapat membantu konsumen tanpa melakukan isi ulang Shopeepay dan Gopay. Karena terkadang pada Shopeepay maupun Gopay seringkali tersisa dan jarang digunakan.
4. Bagi pengguna Shopee-Food maupun Go-Food sebaiknya memeriksa berulang pesanan sebelum memesan makanan/minuman apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan atau belum.
5. Bagi *merchant* Shopee-Food maupun Go-Food sebaiknya melakukan informasi yang terkini terkait dengan ketersediaan produknya. Dan juga dapat menambahkan

detail produknya sehingga bagi konsumen dapat mengetahui tentang apa produk yang dijualnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andhini, A. (2017). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE SHOPPING, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Annur, C. M. (2023, 1 19). *Nilai Transaksi Bruto Online Food Delivery di 6 Negara ASEAN (2022)*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/19/indonesia-pasar-online-food-delivery-terbesar-di-asean>
- Aurellia, A. (2022, Mei 27). *Bangga! Bandung Masuk Daftar Kota Kuliner Terbaik di Asia*. Diambil kembali dari Detikjabar: <https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6097849/bangga-bandung-masuk-daftar-kota-kuliner-terbaik-di-asia>
- Badan Pusat Statistik. (2022, 10 27). *10 Bidang Usaha yang Banyak Digeluti Industri Mikro dan Kecil Indonesia*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/27/10-bidang-usaha-yang-banyak-digeluti-industri-mikro-dan-kecil-indonesia>
- Garvin, D. (1988). Dalam *Managing Quality*. New York: Free Press.
- Ghozali. (2018). Dalam *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*.
- Husein, U. (2005). Dalam *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia.
- Indrasari, D. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Kadir, A. (2003). Dalam *Pengenalan Sistem Informasi* (hal. 31). ANDI.
- Kotler, P. (1997). Dalam *Manajemen Pemasaran* (Bahasa Indonesia jilid satu ed.).
- Nurgiyantoro, B. (2013). Dalam *Teori Pengkajian Fiksi*.
- Nurhayati, H. (2023, Agustus 25). *Most used apps for food delivery orders in Indonesia as of April 2023*. Diambil kembali dari Statista web site: <https://www.statista.com/statistics/1149349/indonesia-favorite-food-delivery-apps/>
- O'Brien, J. (2005). Dalam *Pengantar Sistem Informasi*. Salemba Empat.
- Putri, N. K., & Rianty N, M. (2020). Analisis Perbandingan Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Di Sumatera Selatan. *Jurnal akuntansi dan manajemen*, 15.

- Sasmito, E. A. (2018). ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA PADA LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN STUDI KASUS GO-FOOD DAN GRAB-FOOD. *Tugas akhir*.
- Sekaran, U. d. (2013). Dalam *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK, DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM BERBELANJA ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE.
- sugiyono. (2019). Dalam *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Susanto, A. (2004). Dalam *Sistem Informasi Manajemen*. Linggar Jaya.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). Dalam *Service, Quality & Satisfaction*.
- United Nations. (t.thn.). *Perdagangan dan kewirausahaan di Indonesia* . Diambil kembali dari Unctad.org: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditc2023d3\\_ms.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditc2023d3_ms.pdf)
- Widi, S. (2022, Agustus 16). *Ada 68,66 Juta Generasi Z di Indonesia, Ini Sebarannya*. Retrieved from DataIndonesia: <https://dataindonesia.id/varia/detail/ada-6866-juta-generasi-z-di-indonesia-ini-sebarannya>