

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan terhadap 72 responden pada penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Price*, dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi *Grab Food* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Kudus Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016 )”, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab food* pada mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2016 . Karena berdasarkan hasil analisis statistik Uji t, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,005 dan t hitung sebesar 2,875 . Karena nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,875 > 1,994$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab Food* pada Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara harga/*price* terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab food* pada mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2016 . Karena berdasarkan hasil analisis statistik Uji t, diketahui bahwa variabel harga/*price* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 dan t hitung sebesar 2,998 . Karena nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,998 > 1,994$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara harga/*price* terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab Food* pada Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab food* pada mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2016 . Karena berdasarkan hasil analisis statistik Uji t, diketahui bahwa variabel *brand image* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 dan t hitung sebesar 3,141. Karena nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

(3,141 > 1,994) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0_3$  ditolak dan  $H_3$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab Food* pada Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016.

4. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, *harga*, dan *brand image* secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab Food* pada Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016. Karena berdasarkan hasil analisis uji F, diketahui bahwa nilai sig 0,000 dan F hitung sebesar 13,299. Karena nilai sig 0,000 < 0,05 dan F hitung > F tabel (13,299 > 2,74) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0_4$  ditolak dan  $H_4$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, *harga/price*, dan *brand image* secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab Food* pada Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016. Selain itu diketahui besarnya koefisien determinasi (*R square*) pada penelitian ini sebesar 0,370 artinya besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, *harga/price*, dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab Food* adalah 34,2% sedangkan sisanya sebesar 65,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait pada penelitian ini, antara lain:

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Grab Food* pada Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016 dari hasil data yang ada menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada umumnya sudah baik namun perlu ditingkatkan lagi seperti kejujuran driver dan komunikasi driver yang mungkin masih kurang sopan terhadap pelanggan. Dari hasil penelitian diketahui harga yang juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, karena harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing dengan harga yang murah, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat itu sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Brand image dari hasil penelitian sudah cukup baik namun masih perlu ditingkatkan lagi pada logo atau tampilan merek agar lebih mudah diingat oleh konsumen. Pengguna aplikasi *Grab food* mungkin sudah cukup loyal namun harus ditingkatkan lagi karena ada beberapa pengguna aplikasi *Grab Food* yang hanya menggunakan aplikasi itu sebulan sekali, atau tidak menggunakan layanan *grab* ekspres untuk jasa layanan kirim barang, namun itu masih bisa ditolerir karena itu tergolong lebih sedikit dibandingkan orang yang lebih loyal terhadap aplikasi tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Diharapkan peneliti selanjutnya tidak hanya sebatas variabel kualitas pelayanan, harga, *brand image* saja namun bisa menambah dengan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- b. Memperluas populasi dan sampel dalam penelitian selanjutnya, tidak hanya pada kalangan mahasiswa saja.

### C. Keterbatasan Peneliti

Peneliti sudah mengupayakan semaksimal mungkin dalam melakukan penelitian, namun masih banyak keterbatasan pada penelitian ini antara lain:

1. Jumlah responden yang ada pada penelitian ini hanya mencakup mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2016.
2. Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel bebas/independen yang mempengaruhi loyalitas pelanggan aplikasi Grab food yaitu kualitas pelayanan, harga/*price*, dan *brand image*.
3. Karena sebagian kuesioner disebar secara *online* dengan *googleform*, maka peneliti tidak dapat mengawasi responden secara langsung, sehingga jawaban dari responden diambil hanya berdasarkan pada data yang terkumpul.

