BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian terkait dengan kualitas layanan, harga, promosi, dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian jasa layanan GrabFood pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa layanan GrabFood pada mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Kualitas layanan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan kualitas layanan yang baik maka kosumen akan merasa nyaman untuk menggunakan jasa layanan GrabFood.
2. Berdasarkan hasil penelitian, variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa layanan GrabFood pada mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. GrabFood memberikan penawaran harga yang terjangkau bagi mahasiswa, sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi mereka dalam menggunakan aplikasi GrabFood.

3. Berdasarkan hasil penelitian, variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa layanan GrabFood pada mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. GrabFood menawarkan beberapa progam promosi seperti memberikan hadiah menarik melalui sistem akumulasi poin dan kupon potongan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.
4. Berdasarkan hasil penelitian, variabel nilai pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa layanan GrabFood pada mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Pada aplikasi GrabFood terdapat penilain dari pelanggan. Dengan aplikasi tersebut memudahkan pelanggan untuk menilai bagaimana kinerja dan pelayanan yang diberikan GrabFood. Nilai pelanggan yang baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian para mahasiswa untuk menggunakan jasa layanan GrabFood.
5. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan, harga, promosi dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa layanan GrabFood pada mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Variabel kualitas layanan merupakan faktor yang paling besar dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan yang baik menjadi penentu utama untuk menggunakan jasa layanan GrabFood.

B. Saran

Berdasaarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak GrabFood

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan keputusan dan evaluasi kebijakan dalam strategi bisnis yang tepat dan efektif agar mempertahankan aspek kualitas layanan sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lain karena secara simultan keseluruhan aspek mulai dari harga, promosi, dan nilai pelanggan juga mempengaruhi keputusan pembelian jasa layanan GrabFood.

2. Bagi Akademik

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan memberikan tambahan referensi pada perpustakaan IAIN Tulungagung dan menambah pengetahuan serta informasi kepada pembaca dan mahasiswa di bidang Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan kualitas layanan, harga, promosi, dan nilai pelanggan agar bisa dijadikan rujukan penelitian-penelitian selanjutnya.

3. Bagi Penelitian Sebelumnya

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan bahan koreksi serta pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam hal pemasaran suatu jasa. Penelitian selanjutnya hendaknya melakukan

eksplorasi lebih mendalam mengenai variabel-variabel yang diduga mempengaruhi minat beli dengan tetap memperhatikan variabel kualitas layanan sebagai variabel yang secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.