

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil analisis serta kesimpulan yang diperoleh pada kajian terkait “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan *Online Customer Review* terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood di Jakarta Selatan” Penulis memberikan berbagai saran yang bisa menjadi pertimbangan oleh pihak ShopeeFood agar bisa meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian, untuk variabel Kualitas Layanan (X1) ditunjukkan oleh adanya mean responden terendah pada indikator ketanggapan. Maka dari itu, saran penulis bagi ShopeeFood adalah meningkatkan kecepatan respons dalam melayani pelanggan, baik melalui ketepatan waktu pengantaran maupun penanganan kendala di lapangan. Dengan demikian, pelanggan akan merasa lebih puas dan loyal, sehingga kepuasan pelanggan dapat terus terjaga serta mendorong minat penggunaan ulang layanan ShopeeFood di Jakarta Selatan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, untuk variabel Citra Merek (X2) ditunjukkan oleh adanya mean responden terendah pada indikator sikap dan perilaku merek. Oleh karena itu, ShopeeFood disarankan untuk memperkuat citra merek dengan menjaga konsistensi dalam memberikan kualitas layanan. Hal ini dapat dilakukan melalui standar pelayanan yang terintegrasi, kampanye promosi kreatif, serta komunikasi merek yang menonjolkan keandalan dan keunggulan ShopeeFood. Dengan konsistensi tersebut, citra merek dapat lebih dipercaya dan berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Berlandaskan hasil penelitian, untuk variabel *Online Customer Review* (X3) ditunjukkan oleh adanya mean responden terendah pada indikator kualitas penyampaian ulasan. Maka dari itu, ShopeeFood perlu mendorong pelanggan untuk menuliskan ulasan dengan jelas, informatif, dan mudah dipahami, misalnya melalui panduan singkat atau fitur rating yang lebih detail. Ulasan yang berkualitas akan memberikan referensi yang lebih kuat bagi calon pelanggan, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan ShopeeFood.

B. Saran

Berlandaskan hasil analisis serta kesimpulan yang diperoleh pada kajian terkait “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan *Online Customer Review* terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood di Jakarta Selatan” Penulis memberikan berbagai saran yang bisa menjadi pertimbangan oleh pihak ShopeeFood agar bisa meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian, untuk variabel Kualitas Layanan (X1) ditunjukkan oleh adanya mean responden terendah pada indikator ketanggapan. Maka dari itu, saran penulis bagi ShopeeFood adalah meningkatkan kecepatan respons dalam melayani pelanggan, baik melalui ketepatan waktu pengantaran maupun penanganan kendala di lapangan. Dengan demikian, pelanggan akan merasa lebih puas dan loyal, sehingga kepuasan pelanggan dapat terus terjaga serta mendorong minat penggunaan ulang layanan ShopeeFood di Jakarta Selatan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, untuk variabel Citra Merek (X2) ditunjukkan oleh adanya mean responden terendah pada indikator sikap dan perilaku merek. Oleh karena itu, ShopeeFood disarankan untuk memperkuat citra merek dengan menjaga konsistensi dalam memberikan kualitas layanan. Hal ini dapat dilakukan melalui standar pelayanan yang terintegrasi, kampanye promosi kreatif, serta komunikasi merek yang menonjolkan keandalan dan keunggulan ShopeeFood. Dengan konsistensi tersebut, citra merek dapat lebih dipercaya dan berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Berlandaskan hasil penelitian, untuk variabel *Online Customer Review* (X3) ditunjukkan oleh adanya mean responden terendah pada indikator kualitas penyampaian ulasan. Maka dari itu, ShopeeFood perlu mendorong pelanggan untuk menuliskan ulasan dengan jelas, informatif, dan mudah dipahami, misalnya melalui panduan singkat atau fitur rating yang lebih detail. Ulasan yang berkualitas akan memberikan referensi yang lebih kuat bagi calon pelanggan, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan ShopeeFood