

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap kepuasan konsumen, hasil ini ditunjukkan dengan nilai  $t$  ( $t$ -values) sebesar 11,05 yang lebih besar dari 1,96 ( $\alpha = 5\%$ ), dimana hasil ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan GrabFood yang disajikan kepada para konsumennya terutama pada konsumen GrabFood di wilayah Jakarta Timur secara positif dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, hasil ini ditunjukkan dengan nilai  $t$  ( $t$ -values) sebesar 8,11 yang lebih besar dari 1,96 ( $\alpha = 5\%$ ), dimana hasil ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada konsumen GrabFood di wilayah Jakarta Timur secara positif dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap loyalitas konsumen, hasil ini ditunjukkan dengan nilai  $t$  ( $t$ -values) sebesar 3,89 yang lebih besar dari 1,96 ( $\alpha = 5\%$ ), dimana

hasil ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk terhadap loyalitas konsumen memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan GrabFood yang disajikan kepada para konsumennya terutama pada konsumen GrabFood di wilayah Jakarta Timur secara positif dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. Hasil ini diperoleh dari uji Sobel yang menunjukkan bahwa nilai  $t$  ( $t$ -values) sebesar 4,51 yang jumlahnya lebih besar dari 1,96 ( $\alpha = 5\%$ ). Dimana hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* memiliki hubungan yang signifikan. Maka, hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak GrabFood harus dapat menciptakan inovasi produk yang lebih baik dengan memberikan layanan aplikasi dan kegunaan aplikasi serta tampilan aplikasi yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen

untuk mendapatkan loyalitas yang diberikan konsumen yang lebih maksimal.

2. Bagi pihak GrabFood diharapkan dapat meningkatkan produknya dengan memberikan inovasi-inovasi yang dapat menjaga kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan pemesanan makanan dan minuman secara *online* melalui GrabFood didalam aplikasi Grab. Jika mengacu pada hasil hipotesis dalam penelitian ini, inovasi produk dan kepuasan konsumen berpengaruh positif atau memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Diharapkan dapat meningkatkan inovasi produk serta meningkatkan kepuasan konsumen agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

