

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Secara parsial citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*). Artinya semakin baik citra merek maka akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) secara signifikan.
2. Secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*). Artinya semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) secara signifikan.
3. Secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*). Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) secara signifikan.
4. Citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*). Artinya semakin baik citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) secara signifikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi GrabFood di Kota Metro, oleh karena itu diharapkan agar perusahaan harus tetap menjaga dan meningkatkan citra merek aplikasi GrabFood dengan cara meningkatkan karakteristik aplikasi dan produk yang di tawarkan sehingga memberikan kesan dan pengalaman yang baik bagi pengguna aplikasi.
 - b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi GrabFood di Kota Metro, oleh karena itu diharapkan agar perusahaan harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas produk aplikasi GrabFood dengan cara lebih selektif dalam memilih produk-produk yang berkualitas baik dan sesuai

permintaan pelanggan terhadap makanan atau minuman yang ditawarkan pada aplikasi sehingga akan menciptakan kualitas produk yang terpercaya di mata pengguna aplikasi.

- c. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi GrabFood di Kota Metro, oleh karena itu diharapkan agar perusahaan harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan aplikasi GrabFood dengan cara meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam dalam pengantaran orderan dan melayani dengan ramah dan menciptakan rasa nyaman sehingga dapat mendorong munculnya rasa percaya untuk melakukan pemesanan pada aplikasi GrabFood

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian berikutnya tidak sebatas variabel citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan tetapi juga menambahkan variabel lain pada penelitian selanjutnya.