

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, pengaruh potongan harga dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian pada pengguna GoFood dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada GoFood.
2. *Online customer rating* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada GoFood.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Menyarankan perusahaan untuk memperkuat strategi yang telah diterapkan agar perusahaan dapat bertahan pada posisi saat ini sebagai *top of mind online food delivery* serta aplikasi yang paling banyak digunakan atau bahkan lebih maju kedepannya.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel penelitian sehingga dapat memperluas sobyek penelitian.