

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang berhasil dikumpulkan dari 180 responden yang masuk dalam kriteria yang telah ditentukan akan memberikan wawasan penting tentang hubungan antar variabel variabel tersebut. Data yang sudah dikumpulkan kemudian diolah menggunakan alat SPSS 20.0 dan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Flash Sale* (X1) berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood
2. Variasi produk (X2) berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood
3. Ulasan pelanggan(X3) tidak berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood
4. *Flash Sale* (X1), Variasi produk (X2) dan Ulasan pelanggan(X3) berpengaruh positif secara simultan (bersama sama) terhadap Keputusan Pembelian pada layanan pengantaran makanan *online* GoFood.

5.2. Saran

5.2.1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian, pengujian hipotesis, dan kesimpulan, penulis membuat usulan kepada Penyedia layanan pesan makanan *online* GoFood sebagai berikut:

1. *Flash Sale*

Berdasarkan pernyataan kuesioner yang telah disebar kepada 180 responden, terdapat 5 butir pernyataan mengenai *Flash Sale*, dari 5

butir pernyataan tersebut nilai terendah terdapat pada butir pernyataan ketiga yaitu Durasi yang ditawarkan *Flash Sale* GoFood memiliki waktu yang cukup, dari pernyataan tersebut responden masih banyak yang kurang setuju, jadi yang harus dilakukan oleh perusahaan GoJek khususnya untuk layanan GoFood adalah agar dapat mempertimbangkan durasi promo *Flash Sale* yang ditawarkan dalam sehari dan membagi promo dalam beberapa sesi dengan durasi lebih yang panjang, misalnya

Flash Sale 1: 10:00 – 12:00 (diskon 50%)

Flash Sale 2: 15:00 – 17:00 (diskon 40%)

Flash Sale 3: 19:00 – 21:00 (diskon 30%)

2. Variasi produk

Pernyataan Variasi produk yang telah disebar memiliki 4 butir pernyataan, salah satu pernyataan tersebut adalah "Produk yang ditawarkan GoFood sangat lengkap" pernyataan tersebut memiliki hasil terendah dengan artian responden masih banyak yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut, jadi saran yang harus dilakukan oleh perusahaan GoJek terutama pada layanan GoFood untuk menambah jumlah restoran dan mitra UMKM di berbagai kategori makanan dan minuman, khususnya yang belum banyak tersedia di platform lainnya.

3. Ulasan pelanggan

Pada penelitian ini Ulasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, tetapi ada hal yang perlu diperhatikan untuk layanan GoFood, dikarenakan terdapat 5 pernyataan yang sudah disebar kepada 180 responden tetapi terdapat pernyataan yang mendapat hasil jawaban dominan tidak setuju yaitu pada pernyataan tentang "Ulasan di GoFood cenderung positif", artinya ulasan di GoFood dapat terbilang cenderung negatif dimana ini seharusnya menjadi perhatian bagi *merchant* atau warung yang menawarkan produknya agar memperbaiki kualitas produknya. Saran untuk perusahaan GoJek khususnya pada layanan GoFood untuk lebih

selektif lagi untuk memilih *merchant* atau memungkinkan pelanggan melaporkan masalah langsung ke GoFood untuk investigasi lebih lanjut.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian memiliki 4 butir pernyataan, dan terdapat pernyataan yang mendapat hasil terendah dari jawaban dari responden, pernyataan itu ialah "GoFood dapat dijadikan prioritas untuk melakukan pembelian ulang" dan jawaban tertinggi terdapat pada pertanyaan kedua yaitu "Saya cenderung memesan makanan di GoFood pada saat saat tertentu". Kesimpulannya pada penggunaan layanan *Flash Sale* GoFood masih digunakan oleh pelanggan dalam kondisi-kondisi tertentu, Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan menjadikan GoFood sebagai platform utama dalam pemesanan makanan berulang. Saran untuk perusahaan GoJek yaitu dengan memperkuat program loyalitas, meningkatkan kualitas layanan, dan menerapkan promosi yang lebih tepat agar pelanggan menjadikan GoFood sebagai prioritas dalam melakukan pemesanan makanan *online*.

5.2.2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat dijadikan salah satu referensi bagi para peneliti selanjutnya sebagai bahan untuk mendalami objek yang sejenis yaitu tentang layanan pengantaran makanan *online* GoFood tetapi Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi Keputusan Pembelian dan meninjau kembali metodologi terkait variabel Ulasan pelanggan.