

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil penelitian ini responden yang lebih dominan melakukan pembelian secara tidak terencana pada fitur GoFood di Gojek adalah responden dengan Karakteristik perempuan yang paling dominan dengan usia remaja awal, dengan pendidikan terakhir SMA, dan sudah melakukan pembelian lebih dari tiga kali.
2. Online Presentation Product tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Impulse Buying pengguna Gofood. Kondisi ini menunjukkan bahwa Online Product Presentation tidak dapat menstimulasi adanya Impulse Buying pada pengguna GoFood.
3. Web/Aplication Design memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Impulse Buying pengguna Gofood. Kondisi ini menunjukkan bahwa Web/Aplication Design dapat menstimulasi adanya Impulse Buying pada pengguna GoFood.
4. Web/Aplication Advertising memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Impulse Buying pengguna Gofood. Kondisi ini menunjukkan bahwa Web/Aplication Advertising dapat menstimulasi adanya Impulse Buying pada pengguna GoFood.
5. Online Product Presentation, Web/Aplication Design, Web/Aplication Advertising secara bersama-sama berpengaruh terhadap Impulse Buying pada Fitur Gofood di Aplikasi Gojek.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka beberapa hal dapat dijadikan saran adalah :

1. Dari hasil pembahasan penelitian ini bahwa Online Presentation Product tidak mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian secara tidak terencana, karena jika dilihat dari hasil jawaban kuisisioner yaitu kualitas gambar makanan dan minuman mendapat jawaban terendah. Jadi untuk para seller di Gofood yang ingin menjual produk nya sepertinya perlu lebih memperhatikan dari kualitas produk untuk menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian secara tidak terencana. Sedangkan pada variasi pilihan di pertahankan karena pada indikator ini mendapat jawaban tertinggi dari responden.
2. Fitur Gofood yang ada di aplikasi Gojek perlu memperhatikan Web/Aplication Design karena itu merupakan salah satu faktor tertinggi yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Usaha yang dilakukan untuk mempertahankan perencanaan design suatu tampilan product , dari segi tampilan berupa warna, nilai, seni, kekayaan, koherensi pada Gofood yang mendapatkan respon tertinggi dari konsumen sehingga perlu dipertahankan. Fitur Gofood harus terus mengupdate tampilan produk pada Gofood yang ada beberapa tidak ada tampilan produk yang jelas sehingga konsumen kurang tertarik dengan seller yang kurang memperhatikan tampilan produk untuk itu perlu segera di tindak lanjuti. Sedangkan untuk nilai kepercayaan pada fitur Gofood di pertahankan karena mendapat nilai tertinggi dari jawaban responden.

3. Fitur Gofood yang ada di aplikasi Gojek perlu memperhatikan Web/aplikasi Advertising, terutama dari segi promosi yang memungkinkan dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian secara tidak terencana atau Impulse Buying, karena dengan promosi yang tidak sengaja dilihat maka biasanya sering mengubah tujuan awal konsumen dan lebih memilih makanan atau minuman yang sedang di tawarkan dan terdapat diskon karena indikator promosi mendapat respon tertinggi dari jawaban pernyataan yang diajukan dengan frekuensi 34%. Sedangkan jawaban terendah sebanyak 26% dari iklan yang di tampilkan sehingga untuk iklan di perhatikan dan di buat semenarik mungkin sehingga lebih cepat mempengaruhi perilaku konsumen unruk melakukan pembelian secara tidak terencana pada fitur GoFood.

4. untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependent Impulse Buying agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel – variabel independent yang lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak terencana.