

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan dan minuman secara Online melalui gofood melalui hasil analisis data yang terdapat di BAB VI dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai thitung 10,444 lebih besar dari nilai rtabel yaitu 4,218. Maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebagai variabel (Y) secara signifikan.
2. dapat disimpulkan bahwa hasil uji t atau (persial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai hitung 10,280 lebih besar dari nilai r tabel yaitu 5,347. Maka,  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebagai variabel (Y) secara signifikan.
3. dapat disimpulkan bahwa hasil uji t atau (persial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas Kepercayaan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai hitung 12,650 lebih besar dari nilai r tabel yaitu 7,961. Maka,  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebagai variabel (Y) secara signifikan

#### **B. Saran**

Dalam hasil penelitian tersebut, maka peneliti memberikan saran:

1. Sebelum melakukan keputusan pembelian secara online hal yang pertama dilihat adalah kualitas produk terlebih dahulu. Kualitas produk dapat dilihat dari berbagai macam sisi, antara lain yaitu dilihat dari segi sisi kemasan, cita rasa, batas waktu, serta keandalan dan ketahanan produk itu sendiri

2. Unruk malakukan suatu keputusan pembelian harus di imbangi dengan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik dapat mempengaruhi pembelian secara berulang-ulang

Kepercayaan satu sama lain tidak bisa dihilangkan atau diragukan, karena dengan kualitas kepercayaan para konsumen dapat melakukan suatu keputusan pembelian. Jangan pernah membeli barang atau jasa jika tidak dilihat dari kejujuran.

