

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Aplikasi Grabfood di Kota Cirebon, dengan remaja berusia 15 – 24 tahun sebagai responden dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor Foto Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada remaja di Kota Cirebon dalam menggunakan Aplikasi GrabFood, hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,310 > 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,023$ (Sig. $< 0,05$).
2. Faktor Fitur Self Pickup (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada remaja di Kota Cirebon dalam menggunakan Aplikasi GrabFood, hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,117 < 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,907$ (Sig. $> 0,05$).
3. Faktor Online Review (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada remaja di Kota Cirebon dalam menggunakan Aplikasi GrabFood, hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,006 > 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,048$ (Sig. $< 0,05$).
4. Faktor Foto Produk, Faktor Fitur Self Pickup dan Online Review secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan aplikasi GrabFood pada remaja di Kota Cirebon, hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} (2,436) > nilai F_{tabel} (2,316)$ dan nilai signifikansi $0,039$ (Sig. $< 0,05$).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Grab Indonesia diharapkan untuk selalu meningkatkan fitur-fitur yang ada di aplikasi khususnya GrabFood karena awal kepercayaan dan informasi yang konsumen itu dapatkan dari Foto Produk yang di harapkan realistis dengan yang akan dikirimkan, ulasan atau review online dari konsumen sebelumnya yang diharapkan mampu menjadi kritik atau saran untuk para merchant yang tergabung dalam aplikasi GrabFood , serta meningkatkan fitur self pickup yang akan membantu konsumen dalam mendapatkan makanan atau minuman yang di inginkan dengan tujuan meningkatkan keputusan dan jumlah pembelian konsumen.
2. Untuk mempertahankan keputusan konsumen menggunakan jasa GrabFood dapat dilakukan dengan cara memeberikan pelayanan terbaik untuk konsumen, memberikan informasi yang jelas, memberikan kepuasan kepada konsumen agar konsumen melakukan pembelian berulang dan mengajak oranglain untung melakukan pembelian menggunakan aplikasi GrabFood.
3. Bagi peneliti diharapkan mampu mengimplementasikan hasil penelitian ini kedalam kehidupan yang nyata dengan menerapkan aspek-aspek serta strategi yang perlu diperhatikan untuk mendorong seseorang melakukan keputusan pembelian dari penjualan.
4. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti untuk dijadikan acuan pada penelitiannya. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lebih banyak dan menarik dari penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel diluar variabel yang sudah diteliti dalam penelitian ini.