

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas pembelian (Y). karena Kualitas Pelayanan yang lebih memprioritaskan aspek lainnya, seperti harga yang terjangkau, kebutuhan mendesak, atau ketersediaan produk, dibandingkan dengan seberapa baik pelayanan yang mereka terima. memiliki nilai t hitung sebesar 1,962, sedangkan t tabel sebesar 1,98, terlihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($1,962 < 1,98$) serta nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,053, lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) karena harga masih terjangkau, sesuai dengan kualitas, dan kompetitif dibandingkan produk sejenis, sangat memengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian. Memiliki nilai t hitung sebesar 3,992, sedangkan t tabel sebesar 1,98, terlihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($3,992 < 1,98$) serta nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima.
3. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan dan harga terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F hitung sebesar 18.053 dan f tabel sebesar 3,09 maka nilai f hitung $>$ f tabel dengan Tingkat signifikan 0,000 atau Sig. $<$ 0,05 sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil tersebut bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga

(X2) dan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).

B. Keterbatasan Penelitian

1. Terbatas pada layanan GrabFood – Penelitian ini hanya berfokus pada layanan pesan-antar makanan GrabFood di Kabupaten Cirebon, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke platform lain atau wilayah lain.
2. Responden terbatas pada Generasi Z, karakteristik dan preferensi Generasi Z mungkin berbeda dengan kelompok usia lainnya, yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.
3. Variabel yang diteliti masih terbatas.

C. Saran dan Rekomendasi

1. Bagi GrabFood

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperbaiki respons terhadap keluhan pelanggan dan memastikan ketepatan pesanan.
- b. Menyediakan strategi harga yang lebih kompetitif dan transparan, misalnya dengan memberikan lebih banyak promo atau diskon bagi pelanggan setia.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya harus menambahkan variabel lain seperti promosi, kualitas makanan, atau pengalaman pelanggan.
- b. Memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan platform lain dan berbagai kelompok usia untuk memperoleh hasil yang lebih generalis.
- c. Menggunakan metode penelitian yang lebih mendalam, seperti wawancara atau studi kasus, untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan lebih detail.