

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bersumber melalui hasil riset dan pembahasan perihal pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan keamanan transaksi WhatsApp sebagai media delivery terhadap aksesibilitas konsumen produk makanan dan minuman di Cirebon Utara, selanjutnya bisa diambil berapa kesimpulan diantaranya:

1. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Aksesibilitas Konsumen.

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwasanya kian simpel cara pemakaian WhatsApp untuk pemesanan, akan kian tinggi pula aksesibilitas konsumen untuk memesan makanan dan minuman. Kemudahan dalam memahami fitur, proses pemesanan yang sederhana, serta tampilan yang familiar menjadi faktor utama yang mendorong konsumen dalam menggunakan layanan tersebut.

2. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Aksesibilitas Konsumen.

Temuan riset tersebut mengindikasikan bahwasanya tingkat layanan yang disediakan tidak menjadi aspek utama yang berdampak pada aksesibilitas konsumen dalam memakai WhatsApp sebagai sarana pengiriman. Konsumen lebih mengutamakan faktor kecepatan dan kemudahan daripada kualitas layanan secara menyeluruh.

3. Keamanan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Aksesibilitas Konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan konsumen, maka semakin besar kepercayaan mereka dalam menggunakan layanan WhatsApp untuk melakukan pemesanan. Keamanan dalam melindungi data pribadi dan transaksi menjadi faktor penting dalam meningkatkan aksesibilitas konsumen.

4. Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Transaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Aksesibilitas Konsumen.

Temuan dari uji simultan memperlihatkan bahwasanya ketiga variabel independen memiliki kemampuan untuk bersama-sama berdampak pada aksesibilitas konsumen. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwasanya perpaduan kemudahan penggunaan, kualitas layanan, serta keamanan transaksi berperan untuk mengoptimalkan kemudahan akses konsumen.

5. Kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen tergolong cukup baik.

Angka Adjusted R Square senilai 0,496 mengindikasikan bahwasanya 49,6% perubahan dalam aksesibilitas konsumen bisa diuraikan oleh variabel kemudahan dalam menggunakan, kualitas layanan, serta keamanan transaksi. Sisa 50,4% terpengaruh melalui faktor-faktor lain yang tidak menjadi fokus dalam riset ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha (Gojag Gajig / UMKM Kuliner)

Pelaku usaha disarankan untuk:

- a. Mengoptimalkan kenyamanan dalam menggunakan layanan, misalnya membuat alur pemesanan lebih jelas, menyediakan petunjuk sederhana, dan mempercepat balasan komunikasi lewat WhatsApp.
- b. Memperkuat keandalan transaksi, contohnya melalui pemberian keterangan secara jelas tentang cara pembayaran, konfirmasi pesanan, dan keterbukaan transaksi untuk memperbesar rasa percaya pelanggan.

- c. Meskipun kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan, tetap perlu ditingkatkan, terutama dalam hal ketepatan waktu dan responsivitas, guna menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen.

2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan:

- a. Lebih selektif dalam memilih layanan pemesanan online dengan mempertimbangkan aspek keamanan transaksi.
- b. Memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia pada WhatsApp secara optimal untuk mempermudah proses pemesanan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk:

- a. Menyertakan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi aksesibilitas konsumen, contohnya biaya, kepercayaan, promosi, serta kepuasan pelanggan.
- b. Menerapkan teknik riset yang lebih bervariasi, misalnya pendekatan kualitatif maupun metode campuran guna memperoleh hasil secara mendalam.
- c. Memperluas objek riset bukan hanya di satu usaha, namun juga di sejumlah platform digital lainnya misalnya marketplace maupun aplikasi food delivery.

4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Riset berikut harapannya bisa dijadikan acuan pada pengembangan bidang manajemen pemasaran, terutama mengenai penggunaan teknologi komunikasi seperti WhatsApp untuk menjadi sarana pengantaran dalam peningkatan aksesibilitas bagi konsumen.