

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan maksud guna mengerti adanya pengaruh harga, kualitas informasi serta diskon terhadap keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 orang responden untuk diteliti yang mana responden tersebut merupakan pengguna aplikasi GoFood. Dalam penelitiannya ini, untuk mengumpulkan data digunakan angket kuesioner yang disebar kepada responden penelitian. Menurut hasil analisis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dirumuskan kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh positif serta signifikan antara variabel harga dengan keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood. Dengan begitu maka hipotesis pertama ( $H_1$ ) dalam penelitian, yang menyatakan adanya pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian *online*, dapat diterima.
2. Adanya pengaruh positif serta signifikan antara variabel kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood. Penelitian ini menunjukkan diterimanya hipotesis penelitian kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan ada pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *online*.
3. Adanya pengaruh positif serta signifikan antara variabel diskon terhadap keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood. Penelitian ini menyatakan diterimanya hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang isinya adanya pengaruh antara diskon terhadap keputusan pembelian secara *online*.

### B. Saran

Merujuk hasil pada penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyampaikan saran-saran yang peneliti harap dapat membantu pihak yang memiliki kaitan dengan adanya penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagi Penyedia Layanan Pesan Antar Makanan GoFood
  - a. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga dengan keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood. Hal ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi penyedia layanan GoFood dalam menetapkan harga dari sebuah produk oleh *merchant* yang akan diluncurkan pada aplikasi.
  - b. Adanya pengaruh positif serta signifikan antara variabel kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *Online* pada GoFood, hal ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan untuk selalu memberikan informasi yang jelas dan terkini atas sebuah produk. Sehingga keputusan pembelian oleh konsumen dapat bertumbuh seiring bertambahnya keyakinan mereka atas produk didukung dengan informasi yang diberikan oleh GoFood.
  - c. Variabel diskon memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *Online* pada GoFood. Hal ini bisa menjadi pertimbangan bagi perusahaan penyedia layanan GoFood untuk memberikan diskon atas produk yang tersedia pada layanan. Sehingga adanya diskon ini dapat menarik konsumen untuk meningkatkan pembelian yang akan mereka lakukan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Pada uji koefisien determinasi variable harga, kualitas informasi dan diskon menyumbang 58,6% perubahan pada keputusan pembelian. 41,4% perubahan pada keputusan pembelian dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian. Sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel indepen selain yang dipakai oleh peneliti.
  - b. Penelitian ini terbatas pada usia responden yang lahir pada tahun 1997-2012. Sehingga disarankan bagi peneliti-peneliti selanjutnya untuk bisa meneliti dengan menjangkau lebih luas.