



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas layanan, kepercayaan merek, dan harga terhadap keputusan pembelian layanan GoFood pada masa pandemi COVID-19 di Jakarta, maka didapatkan simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan GoFood pada masa pandemi COVID-19 di Jakarta. Hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan keputusan pembelian dapat terjadi apabila kualitas layanan pada GoFood meningkat.
2. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan GoFood pada masa pandemi COVID-19 di Jakarta. Hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan keputusan pembelian dapat terjadi apabila kepercayaan merek pada layanan GoFood meningkat.
3. Kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan GoFood pada masa pandemi COVID-19 di Jakarta. Hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan keputusan pembelian dapat terjadi apabila konsumen merasa harga yang ditawarkan oleh layanan GoFood semakin sesuai.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Saran

Ⓒ Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi GoFood

- a. GoFood harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada konsumen pada masa pandemi COVID-19 ini, serta perlu memperhatikan kecepatan *driver* dalam mengantarkan pesanan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan teknis dan pengawasan kepada para *driver* secara berkala agar mereka dapat lebih cepat dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sehingga aspek daya tanggap (*responsiveness*) yang dimiliki layanan GoFood dapat dinilai lebih baik lagi oleh konsumen yang pada akhirnya membuat mereka selalu tertarik untuk membeli makanan atau minuman dengan menggunakan layanan GoFood.
- b. GoFood harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan merek dari para konsumen pada masa pandemi COVID-19 ini, serta perlu lebih giat dalam memberikan kompensasi kepada konsumen. Misalnya dengan cara memberikan jaminan pengembalian uang (*refund*) sebagai bentuk pertanggungjawaban atau ganti rugi kepada konsumen akibat masalah yang terjadi saat menggunakan layanan tersebut, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan dan semakin yakin bahwa layanan GoFood memiliki niat yang baik untuk selalu mengutamakan kepentingan konsumen.
- c. GoFood sebaiknya menawarkan harga yang lebih terjangkau kepada konsumen pada masa pandemi COVID-19 ini. Misalnya dengan cara mengurangi persentase bagi hasil yang dibebankan kepada mitra *merchant* agar mereka dapat menurunkan harga jualnya untuk konsumen. Selain itu, pihak GoFood diharapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dapat mensubsidi biaya ongkos pengiriman yang dibebankan kepada konsumen, misalnya menggratiskan ongkos kirim apabila jarak pengantaran di bawah satu kilometer, sehingga harga total keseluruhan yang ditawarkan dapat lebih dijangkau oleh konsumen.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan dapat mengembangkan lebih jauh model dalam penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, misalnya seperti promosi penjualan, iklan, citra merek, dan variabel-variabel lainnya sehingga dapat memperkaya variasi dalam penelitian.
- b. Diharapkan dapat melakukan penelitian serupa di wilayah yang berbeda agar diperoleh hasil penelitian yang berbeda sehingga dapat dibandingkan dengan penelitian ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.