

BAB V

Penutup

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa kesimpulan yang sesuai dengan tujuan dari penelitian, yaitu:

1. Berdasarkan data yang diolah diketahui bahwa online customer rating merchant yang berisikan informasi singkat mengenai kualitas dan pelayanan suatu merchant membantu konsumen dalam memutuskan makanan apa yang akan mereka beli sesuai dengan harapan mereka. Hal ini karena kualitas informasi pada Go-Food dinilai baik dan terpercaya oleh konsumen dalam memberikan gambaran pelayanan suatu merchant dan kualitas makanannya. Oleh karena itu Go-Food dianggap penting dalam proses pembelian makanan dengan menggunakan Go-Food dan memengaruhi konsumen dalam memilih makanan.
2. Hasil analisis data dengan menggunakan SPSS ditemukan bahwa hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima yaitu terdapat pengaruh online customer rating merchant terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Go-Food. Hipotesis diuji dengan menggunakan uji t dengan nilai t hitung yang diperoleh adalah 7,416 dan lebih besar dari t tabel yaitu 0,374.
3. Berdasarkan penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara online customer rating merchant terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Go-Food yaitu sebesar 0,600 yaitu berada pada rentang 0,60 – 0,799. Variabel X pada penelitian memiliki pengaruh terhadap variabel Y sebesar 35,9%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh oleh peneliti, berikut terdapat beberapa saran yang dianggap relevan dengan penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini didominasi oleh usia 18 – 25 tahun yaitu pelajar, mahasiswa dan karyawan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan penelitian dilakukan dengan responden yang memiliki demografis yang lebih besar dan berbeda. Serta menambahkan variabel lainnya yang dapat memengaruhi konsumen dalam menggunakan online customer rating dan

variabel lain yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli makanan pada Go-Food.

2. Bagi penelitian selanjutnya dapat mengembangkan indikator-indikator lainnya yang terkait dengan variabel TAM yang belum teridentifikasi yang mungkin memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Kekurangan dari penelitian ini yaitu tidak meneliti pengaruh lain di luar rating merchant yaitu harga, jarak dan promo. Sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti indikator harga, jarak dan promo terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Go-Food.
4. Diharapkan Gojek kedepannya dapat mengoptimalkan sistem rating yang ada pada Go-Food dan dapat mengembangkannya menjadi fitur yang bermanfaat lainnya bagi konsumen maupun penjual.
5. Perlu adanya pengenalan fitur pada konsumen lebih jelas lagi dengan menggunakan semacam jelajahi fitur Go-Food karena sebagian dari responden mengaku tidak mengetahui dan tidak terlalu memperhatikan adanya fitur rating ini.
6. Diharapkan pada fitur Go-Food kedepannya dapat menambah fitur review sehingga konsumen dapat memberikan masukan yang lebih detail dan begitu juga merchant dapat memperoleh masukan yang lebih detail lagi untuk peningkatan pelayanan kedepannya.
7. Penelitian ini berfokus pada pengaruh rating pada keputusan konsumen pada pengguna aplikasi Go-Food Jakarta, diharapkan pada penelitian berikutnya dapat menambahkan indikator lainnya seperti indikator kepercayaan. Serta lebih meluaskan cakupan ruang lingkup penelitian.