

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data serta pembahasan yang sudah dilakukan dan dijelaskan peneliti melalui alat analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai keputusan pembelian Grabfood di Kecamatan Kebon Jeruk, maka diperoleh kesimpulan dengan variabel yang diteliti.

Pada variabel *search engine marketing* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin besar informasi dan kata kunci yang tepat pada mesin pencari maka semakin meningkat pula tingkat keputusan pembelian pada produk Grabfood. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat peneliti yakni dengan nilai besar pengaruhnya 0.487 yang artinya memiliki nilai berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Pada variabel *social media marketing* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin menarik dan mampu memberikan perhatian kepada konsumen pada produk Grabfood, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen produk Grabfood. Hal ini telah sesuai dengan hipotesis yang dibuat peneliti sebesar 0.274 yang artinya memiliki nilai berpengaruh terhadap signifikan keputusan pembelian.

Pada variabel *online public relation* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya jika kesadaran dan reputasi dari produk sudah tersebar melalui media dan pihak ketiga yakni artis atau *influencer*, maka akan meningkatkan keputusan pembelian produk Grabfood. Hal ini telah sesuai dengan hipotesis yang di buat peneliti 0.204 yang artinya memiliki nilai berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

V.2 Saran

Dari hasil melalui pembahasan dan penjelasan kesimpulan diatas, maka peneliti memberkan saran sebagai bentuk untuk memperbaiki strategi *digital marketing* kedepannya agar lebih baik sebagai berikut:

1. Perusahaan Grabfood dapat melakukan peningkatan kerja sama dengan pihak ketiga atau *online public relation* seperti artis atau *influencer* yang dapat

- mempromosikan produk sesuai dengan bidangnya seperti *foodvlogger* atau pecinta makanan, sehingga konsumen yang didapatkan sesuai dengan target
2. Grabfood sebagai perusahaan besar dapat memanfaatkan pemasaran media sosial atau *social media marketing* lainnya seperti Youtube dalam membuat konten dan slogan menarik dalam video tersebut. Dengan memberikan slogan menarik pada *Channel* Youtube maka akan menambah pengunjung atau penonton yang menonton konten, sehingga slogan tersebut dapat terus diingat
 3. Untuk perusahaan Grabfood dalam menerapkan pemasaran mesin pencari atau *search engine marketing* sudah baik, sehingga penambahan kata kunci yang natural pada situs web dapat dijadikan opsi dalam meningkatkan ketepatan situs web dari Grabfood di temukan. Terutama membuat web yang menarik melalui iklan pada laman mesin pencari, sehingga konsumen yang meng-*click* laman iklan Grabfood tersebut tertarik pada *user interface* web Grabfood
 4. Untuk peneliti selanjutnya jika ingin meneliti penelitian ini diharapkan agar menambahkan atau mencari variabel lain serta melihat objek selain yang diambil peneliti agar lebih bervariasi serta untuk mengetahui pengaruh terhadap keputusan pembelian menjadi lebih mendalam dan membuat kesempurnaan penelitian.