

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam pembahasan sebelumnya, memungkinkan untuk dapat sampai pada simpulan yang disajikan di bawah ini:

1. Kepercayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada GrabFood di Kota Batam.
2. Promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada GrabFood di Kota Batam.
3. Kemudahan penggunaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada GrabFood di Kota Batam.
4. Kepercayaan (X1), promosi (X2) dan kemudahan penggunaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada GrabFood di Kota Batam.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan kajian ini, saran yang hendak untuk disampaikan adalah seperti cakupan berikut:

1. Dalam hal variabel kepercayaan (X1), terdapat skor terendah pada pernyataan GrabFood memenuhi janjinya dalam memberikan pelayanan. Saran yang dapat diberikan adalah perlu adanya evaluasi mendalam terhadap proses penyediaan layanan GrabFood agar dapat memperbaiki dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap keandalan layanan yang dijanjikan. Hal ini bisa mencakup peningkatan komunikasi terkait estimasi waktu pengiriman,

ketersediaan menu yang konsisten, serta peningkatan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Dengan demikian, upaya ini dapat membantu memperbaiki persepsi dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang disediakan oleh GrabFood.

2. Dalam hal variabel promosi (X2), terdapat skor terendah pada pernyataan pelanggan merasa terinformasi dengan baik tentang diskon GrabFood melalui iklan yang ditampilkan di berbagai *platform* media. Saran yang bisa diberikan adalah untuk meningkatkan efektivitas iklan tersebut dengan cara memperbaiki strategi komunikasi untuk memberikan informasi yang lebih jelas, menarik, dan relevan kepada pelanggan. Upaya untuk meningkatkan visibilitas dan pemahaman mengenai diskon GrabFood melalui berbagai platform media juga dapat dilakukan dengan menyesuaikan pesan-pesan promosi agar lebih menarik perhatian pelanggan potensial.
3. Dalam hal variabel kemudahan penggunaan (X3), terdapat skor terendah pada pernyataan Pelanggan merasa mudah melakukan transaksi pembelian makanan melalui GrabFood. Saran yang dapat diberikan adalah untuk memperbaiki pengalaman pengguna pada *platform* tersebut, mungkin dengan menyederhanakan antarmuka, menyediakan bantuan yang lebih jelas, atau meningkatkan navigasi sehingga pengguna dapat dengan lebih mudah dan nyaman melakukan transaksi. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperbaiki persepsi mereka terhadap kenyamanan penggunaan aplikasi tersebut.

4. Dalam hal variabel keputusan pembelian (Y), terdapat skor terendah pada pernyataan Makanan yang dipesan melalui GrabFood sesuai dengan preferensi pelanggan. mSaran yang bisa diberikan adalah untuk lebih memperhatikan dan memahami preferensi serta keinginan pelanggan terkait dengan makanan yang mereka pesan melalui platform GrabFood. Melakukan survei atau kajian lebih lanjut terhadap preferensi pelanggan dapat membantu meningkatkan penawaran makanan yang lebih sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, berkolaborasi dengan restoran atau penyedia makanan untuk menawarkan variasi yang lebih luas dan sesuai dengan preferensi pasar juga bisa menjadi strategi yang baik.