

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Temuan yang dibahas sebelumnya dapat menjelaskan berbagai simpulan pada pemaparan berikut:

1. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Grab di Kota Batam.
2. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Grab di Kota Batam.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Grab di Kota Batam.
4. Kemudahan penggunaan, keamanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Grab di Kota Batam.

#### **5.2 Saran**

Setelah menganalisis temuan yang telah disajikan sebelumnya, maka dapat menguraikan saran yang dapat diajukan dengan lebih lengkap di bawah ini:

1. Grab perlu menempatkan penekanan pada kemudahan penggunaan aplikasinya dengan tujuan meningkatkan partisipasi pelanggan. Dengan menghadirkan antarmuka yang mudah dipahami dan proses pemesanan yang tanpa hambatan, Grab dapat meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk menggunakan layanannya secara berulang. Hal ini akan membawa peningkatan dalam suatu

keputusan pembelian, karena pelanggan akan merasa nyaman dan terbantu dengan kemudahan penggunaan aplikasi Grab.

2. Grab perlu memastikan keamanan pelanggan dengan mendirikan sistem yang kuat untuk menangkal segala risiko yang mungkin timbul, sehingga dapat memberikan keyakinan kepada pelanggan mereka dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Dengan menempatkan keamanan sebagai prioritas utama, Grab dapat membangun keyakinan yang kuat di antara para pelanggannya, pada gilirannya akan menghasilkan peningkatan keputusan pembelian.
3. Grab perlu mengembangkan persepsi positif terhadap mereknya dengan cara menyampaikan pesan-pesan yang menekankan pada keandalan dan integritas. Hal ini sangat penting agar pelanggan merasa yakin dan percaya pada layanan yang mereka beli. Dalam hal ini, membangun citra merek yang kuat akan menjadi kunci untuk meningkatkan keputusan pembelian, karena konsumen cenderung memilih merek yang mereka percayai dan yang dianggap dapat diandalkan.
4. Penelitian berikutnya diharuskan menggali lebih dalam topik ini dengan menyertakan variabel tambahan dalam analisisnya. Selain itu, perluasan jumlah dan keragaman sampel responden yang diselidiki juga merupakan hal penting. Dengan melakukan hal ini, penelitian berikutnya tidak hanya akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang topik yang dipelajari, tetapi juga dapat meningkatkan validitas eksternal dari hasil-hasil penelitian yang sudah ada.