

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai pengaruh promosi, harga, brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi GoFood di Kota Madiun, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi GoFood di Kota Madiun
2. Harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi GoFood di Kota Madiun
3. Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi GoFood di Kota Madiun
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi GoFood di Kota Madiun

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

Setelah mengetahui kesimpulan dari penelitian ini, maka implikasi dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat terkait keputusan pembelian pada aplikasi GoFood dengan memahami

berbagai fitur yang ada pada aplikasi ini dapat meningkatkan keuntungan bagi masyarakat.

b. Bagi Perusahaan

Untuk meningkatkan keputusan pembelian pada GoFood perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar, memperkuat posisi kompetitif, dan meningkatkan profitabilitas. Hal ini akan memberikan kontribusi positif bagi Gojek secara keseluruhan dan mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan.

2. Saran

a. Bagi Perusahaan

GoFood diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan, strategi promosi yang menarik dan kreatif, serta melakukan analisis pasar secara berkala untuk menentukan harga yang kompetitif untuk meningkatkan penjualan di tengah persaingan yang semakin ketat.

b. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat diharapkan untuk lebih mencari informasi yang relevan dengan aplikasi GoFood sehingga dapat memberikan rekomendasi pada orang lain agar melakukan pembelian pada aplikasi GoFood.

c. Bagi Akademisi

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan lebih banyak

sampel dari berbagai sektor agar penelitian lebih relevan. Variabel dan indikator yang digunakan peneliti selanjutnya ditambahkan untuk lebih menunjang hasil penelitian yang lebih baik dari penelitian sebelumnya.