

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *price discount*, *online customer rating*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun) dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel *price discount* (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *price discount* maka keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun) juga akan semakin meningkat, sehingga hipotesis pertama diterima.
2. Secara parsial variabel *online customer rating* (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *online customer rating* maka keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun) juga akan semakin meningkat, sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka keputusan *impulse buying* makanan pada

Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun) juga akan semakin meningkat, sehingga hipotesis ketiga diterima.

4. Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *price discount*, *online customer rating*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun). dengan variabel yang paling berpengaruh adalah *Price discount*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *price discount* maka keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun) juga meningkat, sehingga hipotesis keempat diterima.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat memberikan beberapa implikasi sebagai berikut :

1. Jika *price discount*, *online customer rating*, dan kualitas pelayanan maka keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun) akan meningkat.
2. Jika terjadi peningkatan *impulse buying* makanan pada Shopeefood (Studi kasus masyarakat Kota Madiun) secara signifikan, maka dapat meningkatkan rating platform aplikasi Shopeefood.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain :

1. Bagi pihak Shopeefood
 - a. Hendaknya lebih sering memberikan *price discount* pada produk-produk yang dijual.

- b. Hendaknya lebih meningkatkan pelayanan dalam mengantarkan makanan yang dipesan konsumen.
2. Bagi Konsumen,
 - a. Hendaknya memberikan rating yang sesuai dengan kondisi sebenarnya dengan tidak menjatuhkan pihak Shopeefood.
 - b. Hendaknya untuk semakin meningkatkan pembelian pada Shopeefood
3. Bagi peneliti lain, untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi *impulse buying* makanan pada Shopeefood yang tidak diteliti dalam penelitian ini.