

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian ini yang membahas tentang Pengaruh *Rating* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Shopeefood (Studi Generasi Z di Wilayah Rajabasa) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil uji t diketahui bahwa variabel *rating* menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  2,703 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,660. Hal ini berarti nilai  $t_{hitung}$  2,703 >  $t_{tabel}$  1,660 dan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,008 < 0,05$ ). Oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya *Rating* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap pengguna aplikasi Shopeefood (Studi Generasi Z di Wilayah Rajabasa).
2. Berdasarkan dari hasil uji t diketahui bahwa variabel promosi menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  8,853 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,660. Hal ini berarti nilai  $t_{hitung}$  8,853 >  $t_{tabel}$  1,660 dan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap pengguna aplikasi Shopeefood (Studi Generasi Z di Wilayah Rajabasa).
3. Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa hasil uji annova atau F test diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 114,940 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 yang artinya  $F_{hitung}$  >  $F_{tabel}$  ( $114,940 > 3,09$ ) dan taraf signifikan lebih kecil dari 0,005 ( $0,000 < 0,005$ ). Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yaitu *rating* dan

promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Shopeefood (Studi Generasi Z di Wilayah Rajabasa). Pada pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) atau yang ditandai dengan nilai *Adjusted R* yaitu  $0,839 \times 0,839 = 0,703$  atau sama dengan 70,3%. Sedangkan yang sisanya 29,7% ( $100\% - 70,3\% = 29,7\%$ ), maka sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar ruang lingkup penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian, pengujian hipotesis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Para Pemilik Resto di Aplikasi Shopeefood**

- a. Hasil penelitian yang membuktikan bahwa *Rating* dan Promosi terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopeefood. Oleh sebab itu, para pemilik resto di aplikasi Shopeefood diharapkan untuk memprioritaskan kualitas yang baik dalam hal pelayanan, produk, memperhatikan ulasan dan *rating* dan melakukan kegiatan evaluasi supaya mendapatkan penilaian yang baik.
- b. *Rating* tinggi menunjukkan reputasi pemilik resto yang lebih baik, untuk mengantisipasi penilaian rendah, pemilik resto yang lebih memperhatikan pelayanan supaya konsumen tidak memberikan penilaian rendah atau buruk. Jika ada keluhan atau komplain dalam ulasan, penjual perlu mengembalikan reputasi *rating* lagi dengan mengevaluasi produk dan meningkatkan penjualan. Dengan cara ini, pemilik resto juga dapat memperbaiki dengan meningkatkan promosi

seperti *cashback*, diskon, dan gratis ongkir supaya membuat konsumen tertarik menggunakan aplikasi Shopeefood.

- c. Pemilik resto sebaiknya terus meningkatkan promosi yang lebih banyak supaya konsumen akan lebih tertarik menggunakan aplikasi Shopeefood seperti promo beli 3 gratis ongkir, potongan harga mulai dari Rp10,000 mulai berbelanja minimal Rp30,000 dan promo diskon s/d 75% setiap pembelian diatas Rp50,000.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Penulis berharap sebaiknya peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian perlu menambahkan variabel lain untuk memperluas faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya harga diskon, viral marketing, dan *online customer review*.
- b. Penulis berharap pada peneliti selanjutnya bisa lebih memperluas ruang lingkup dari jumlah populasi dan sampel, dengan mengambil jumlah sampel yang lebih banyak serta lokasi yang berbeda, tidak hanya diwilayah Rajabasa saja melainkan bisa diarea sekitar Bandar Lampung atau dikalangan mahasiswa supaya hasil penelitian selanjutnya dapat lebih optimal.