

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan ulasan terhadap keputusan pembelian pada layanan Shopee food di Kabupaten Kebumen, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada layanan Shopee food di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Pelayanan yang cepat, tepat, responsif, dan mampu memenuhi harapan konsumen menjadi faktor yang mendorong konsumen memilih menggunakan layanan Shopee food.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada layanan Shopee food di Kabupaten Kebumen. Program promosi yang ditawarkan, seperti potongan harga, voucher, cashback, dan gratis ongkos kirim, mampu meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan hasil analisis regresi, promosi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar dibandingkan variabel independen lainnya, sehingga menjadi faktor dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian.

3. Ulasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada layanan Shopee food di Kabupaten Kebumen. Ulasan yang diberikan oleh pelanggan sebelumnya menjadi sumber informasi yang membantu konsumen dalam mengevaluasi kualitas produk maupun pelayanan sebelum melakukan pembelian. Semakin positif ulasan yang diterima suatu merchant, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen untuk melakukan transaksi melalui Shopee food.
4. Kualitas pelayanan, promosi, dan ulasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada layanan Shopee food di Kabupaten Kebumen. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 67,1% variasi keputusan pembelian, sedangkan 32,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan hasil dari kombinasi kualitas pelayanan yang baik, promosi yang menarik, serta ulasan pelanggan yang positif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Merchant Shopee food

Merchant diharapkan dapat menjaga kualitas produk dan pelayanan secara konsisten sehingga memperoleh ulasan positif dari pelanggan. Merchant juga perlu memperhatikan kebersihan, kualitas

makanan, kesesuaian pesanan, serta kecepatan dalam menyiapkan pesanan karena faktor-faktor tersebut akan memengaruhi penilaian pelanggan dan berdampak pada keputusan pembelian calon konsumen berikutnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, citra merek, kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan konsumen, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, maupun faktor-faktor lain yang diperkirakan memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian, menambah jumlah responden, atau membandingkan beberapa platform layanan pesan antar makanan sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang telah ditetapkan, namun masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Keterbatasan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Keterbatasan variabel penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan ulasan dalam menjelaskan keputusan pembelian pada layanan Shopee food. Berdasarkan hasil koefisien

determinasi, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 67,1% variasi keputusan pembelian, sedangkan 32,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor lain tersebut antara lain harga, kualitas produk, citra merek, kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan konsumen, serta faktor lainnya.

2. Keterbatasan objek dan wilayah penelitian

Penelitian ini secara khusus dilakukan pada pengguna layanan Shopee food di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada pengguna Shopee food di daerah lain yang memiliki karakteristik konsumen, kondisi pasar, dan kebiasaan penggunaan layanan pesan-antar makanan yang berbeda. Penelitian memang difokuskan pada karakteristik pengguna Shopee food di Kabupaten Kebumen.

3. Keterbatasan penggunaan kuesioner

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna Shopee food. Dengan metode tersebut, informasi yang diperoleh sangat bergantung pada pemahaman dan kejujuran responden dalam memberikan jawaban. Perbedaan pemahaman terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner juga dapat memengaruhi jawaban yang diberikan sehingga terdapat kemungkinan adanya subjektivitas responden.

4. Keterbatasan karakteristik responden

Penelitian ini hanya menggambarkan persepsi responden pada saat penelitian dilakukan. Sementara itu, perilaku konsumen dalam menggunakan layanan Shopee food dapat berubah seiring dengan perubahan program promosi, kualitas pelayanan, kondisi merchant, perkembangan fitur aplikasi, serta perubahan preferensi konsumen.

5. Keterbatasan cakupan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen yang kompleks dan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, promosi, dan ulasan. Penelitian ini belum memasukkan beberapa faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, sehingga penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada layanan Shopee food.

5.4 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan ulasan terhadap keputusan pembelian pada layanan Shopee food di Kabupaten Kebumen, penelitian ini memiliki beberapa implikasi, baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

5.4.1 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan ulasan merupakan faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada layanan

pesan-antar makanan berbasis aplikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Pelayanan yang cepat, tepat, responsif, dan mampu memenuhi harapan konsumen menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian.

Selain itu, promosi terbukti menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling besar dibandingkan variabel independen lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemberian potongan harga, voucher, cashback, dan gratis ongkos kirim dapat menjadi rangsangan yang kuat bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Ulasan juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ulasan dari pelanggan sebelumnya dapat menjadi sumber informasi bagi konsumen dalam mengevaluasi produk maupun pelayanan sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa keputusan pembelian pada layanan digital tidak hanya terbentuk dari kebutuhan konsumen, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan, manfaat promosi, dan informasi yang diperoleh dari konsumen lainnya.

5.4.2 Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian memberikan beberapa implikasi bagi pihak Shopee food dan merchant yang menggunakan platform Shopee food.

1. Bagi Shopee food

Shopee food perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam hal ketepatan waktu pengantaran, kecepatan merespons keluhan konsumen, serta konsistensi pelayanan dari mitra merchant dan mitra pengemudi. Kualitas pelayanan yang semakin baik diharapkan dapat meningkatkan pengalaman konsumen dan mendorong keputusan pembelian.

2. Meningkatkan efektivitas program promosi

Promosi menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, Shopee food perlu mempertahankan program promosi yang menarik dan mengembangkannya secara lebih tepat sasaran. Bentuk promosi seperti voucher, potongan harga, cashback, dan gratis ongkos kirim dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dalam melakukan pembelian.

3. Mengoptimalkan pengelolaan ulasan pelanggan

Shopee food perlu meningkatkan pengelolaan fitur ulasan dengan mendorong konsumen memberikan ulasan yang jujur dan

membangun. Merchant juga perlu merespons ulasan pelanggan secara aktif karena ulasan dapat menjadi sumber informasi bagi calon konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

4. Bagi merchant Shopee food

Merchant perlu menjaga kualitas produk dan pelayanan secara konsisten, terutama dalam aspek kebersihan makanan, kualitas produk, kesesuaian pesanan, dan kecepatan dalam menyiapkan pesanan. Pelayanan dan produk yang baik dapat meningkatkan kemungkinan diperolehnya ulasan positif dari pelanggan, yang selanjutnya dapat meningkatkan kepercayaan calon konsumen.

5. Implikasi bagi peningkatan keputusan pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan ulasan secara bersama-sama mampu menjelaskan 67,1% variasi keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan keputusan pembelian perlu dilakukan melalui strategi yang terintegrasi, yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, menyediakan promosi yang menarik, serta mengelola ulasan pelanggan secara optimal. Sementara itu, masih terdapat 32,9% faktor lain di luar model yang dapat memengaruhi keputusan pembelian sehingga perlu menjadi perhatian dalam pengembangan strategi maupun penelitian selanjutnya