

BAB IV

PENUTUP

Kesimpulan dan saran bagi banyak pihak terutama pihak GoFood akan dijabarkan pada penelitian ini yang diharapkan mampu membantu pihak GoFood untuk menjadi lebih baik dalam mencapai tujuannya.

4.1 Kesimpulan

Sesuai analisis yang terdapat pada sebelumnya terhadap 100 responden penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian ini membuktikan adanya hubungan atau pengaruh yang positif dan signifikan antara *e-service quality* terhadap keputusan pembelian dengan besar pengaruh melalui uji simultan sebesar 42,2% yang mana menunjukkan bahwa semakin baik *e-service quality* yang diwujudkan perusahaan maka mempengaruhi besaran keputusan pembelian.
2. Penelitian ini membuktikan adanya hubungan atau pengaruh yang positif dan signifikan antara *customer experience* terhadap keputusan pembelian dengan besar pengaruh melalui uji simultan sebesar 41,2% yang mana menunjukkan bahwa semakin baik *customer experience* yang diwujudkan perusahaan maka mempengaruhi besaran keputusan pembelian.
3. Penelitian ini membuktikan adanya hubungan atau pengaruh yang positif dan signifikan antara *e-service quality* dan *customer experience* terhadap keputusan pembelian dengan besar pengaruh melalui uji simultan sebesar 47,8% yang mana menunjukkan bahwa semakin baik *e-service quality* dan

customer experience yang diwujudkan perusahaan maka mempengaruhi besaran keputusan pembelian.

4.2 Saran

Penjabaran rekapitulasi tanggapan responden pada bab sebelumnya menghasilkan saran seperti :

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan akan *e-service quality* pada layanan GoFood sudah dalam kategori sangat baik. Hanya saja terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan yaitu yang pertama terkait deskripsi dan foto produk yang memudahkan pengguna layanan. Terkait bagian deskripsi produk dan foto produk yang disediakan layanan GoFood sejauh ini sudah sangat membantu penggunaannya hanya saja perlu ditingkatkan kembali dengan memastikan apakah seluruh *merchant* memasang deskripsi dan foto yang sesuai dengan produk yang dijual melalui seleksi atau tahap konfirmasi yang lebih detail yang mana ini juga akan menjadi kelebihan GoFood dibanding pesaingnya. Hal terakhir yang harus ditingkatkan terkait *e-service quality* layanan GoFood yaitu meningkatkan jaminan keamanan identitas pemilik hingga metode pembayaran. Beberapa waktu kebelakang kabar akan kemunculan peretas yang disebut dengan *hacker* banyaknya data yang diretas pada industri lain seperti kabar hacker Bjorka yang meretas data 105 juta penduduk yang dimuat dalam laman Tempo.co tentu dapat memunculkan pertanyaan di benak pengguna akan kemanana data dan transaksi yang dilakukan secara digital termasuk melalui GoFood untuk itu

perlu ide baru untuk meyakinkan pengguna akan keamanan tersebut serta diperlukan pertahanan lebih akan pembuktiannya.

2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan akan *customer experience* pada layanan GoFood juga sudah dalam kategori sangat baik. Hanya saja masih banyak hal yang harus ditingkatkan guna memberikan kesan atau pengalaman pengguna yang baik. Beberapa hal yang perlu ditingkatkan yaitu terdapat aspek yang sejalan yaitu terkait keamanan pembayaran dan kerahasiaan data, seperti yang diketahui sebelumnya maraknya *hacker* pada dunia digital tentu menjadi ketakutan akan pengguna layanan digital sehingga perlu perhatian serius oleh pihak GoFood guna menciptakan pengalaman baik untuk pelanggannya akan keamanan pembayaran dan kerahasiaan data. Selanjutnya terkait kepercayaan pengguna untuk membeli produk yang belum pernah dibeli. Mewadahi para pemilik usaha untuk menjual produknya tentu sebuah tantangan bagi penyedia layanan seperti GoFood yang mana jika *merchant* yang diizinkan menjual produknya banyak yang mengecewakan tentu layanan itu akan mengalami penurunan pengguna bahkan penurunan pembelian sehingga kepercayaan akan suatu layanan dan produk harus terus ditingkatkan. Selektif dalam memperhatikan *track record* para *merchant* akan kualitas produknya merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan aspek *customer experience*. Bagian terakhir dari customer experience yang harus diperhatikan yaitu layanan customer service. Seluruh pengguna layanan digital tentu sudah tidak asing dengan bantuan yang diberikan oleh customer

service, hanya saja sejauh ini berdasarkan hasil penelitian masih dibutuhkan peningkatan akan layanan customer service GoFood untuk membantu penggunaanya dalam menyelesaikan masalah.

3. Hendaknya pengadaan penelitian lanjutan diluar variabel penelitian ini oleh pihak GoFood maupun pihak eksternal guna mengetahui pengaruh terhadap keputusan pembelian pada layanan GoFood seperti kualitas produk, loyalitas dan sebagainya.