

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh peneliti ditujukan untuk menjawab rumusan masalah yang sudah dikemukakan pada BAB 1 dan juga untuk menjawab rumusan masalah serta kesimpulan dari penelitian ini yang berjudul “ Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Penggunaan Jasa Ojek Online terhadap Pembelian Makanan Melalui Fitur Pesan Antar GrabFood Pada Masyarakat di DKI Jakarta (Non Kepulauan Seribu)”, antara lain :

1. Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap pembelian makanan. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan konsumen (masyarakat DKI Jakarta) maka tingkat pembelian makanan melalui fitur pesan antar GrabFood di DKI Jakarta akan semakin meningkat.
2. Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan jasa ojek online berpengaruh terhadap pembelian makanan. Hal ini berarti semakin tinggi penggunaan jasa ojek online maka tingkat pembelian makanan melalui fitur pesan antar GrabFood di DKI Jakarta akan semakin meningkat.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diberikan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

- a. Tingginya kepercayaan konsumen terhadap suatu brand membuat mereka secara tidak langsung akan menggunakan brand tersebut terus menerus. Dengan adanya kepercayaan konsumen yang tinggi terhadap fitur pesan antar GrabFood akan membuat tingginya tingkat pembelian makanan melalui fitur ini.
- b. Tingginya penggunaan jasa ojek online terbukti dapat meningkatkan pembelian makanan melalui fitur pesan antar GrabFood. Hal ini dikarenakan jasa ojek online ini menjadi pemeran utama atau distributor dalam pembelian makanan melalui fitur ini. Sehingga dengan adanya penggunaan jasa ojek online sebagai distributor fitur pesan antar GrabFood akan membuat tingginya tingkat pembelian makanan melalui fitur ini.

2. Implikasi Praktis

- a. Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi fitur pesan antar GrabFood untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dan terus meningkatkan kualitas jasa ojek online nya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara memberikan survei kepuasan konsumen secara berkala untuk bisa terus mengevaluasi faktor-faktor apa saja yang dapat membuat kepercayaan konsumen terhadap fitur ini

bertambah maupun berkurang agar bisa terus mempertahankan kualitasnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel di wilayah DKI Jakarta di mana wilayah ini merupakan ibu kota yang menjadi pusat pemerintahan dan pusat perekonomian yang artinya semakin banyak orang yang membutuhkan fitur serta jasa untuk membantu memudahkan kehidupan mereka sehari-hari. Penelitian ini belum tentu sama hasilnya jika dilakukan di luar DKI Jakarta. Oleh sebab itu diperlukan adanya penelitian lebih lanjut dengan menggunakan responden yang berbeda dari segi geografisnya.

Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti 2 faktor yaitu kepercayaan konsumen dan penggunaan jasa ojek online, sehingga penelitian ini hanya dapat memberikan informasi tentang seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut terhadap pembelian makanan melalui fitur pesan antar GrabFood pada masyarakat di DKI Jakarta. Sedangkan pengaruh faktor atau variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini tidak bisa diketahui secara rinci.

Penelitian ini mengambil sampel yang sedikit dikarenakan keterbatasan peneliti dalam pengambilan sampel, oleh sebab itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengambil sampel lebih besar dari penelitian ini.

Penelitian ini juga belum mempertimbangkan adanya kemungkinan faktor pendapatan yang dapat mempengaruhi pembelian makanan melalui

fitur pesan antar GrabFood. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkritisi teori konsumsi menurut J.M.Keynes dimana diduga faktor pendapatan dapat mempengaruhi adanya kegiatan konsumsi.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,695. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel eksternal locus of control menunjukkan kontribusi 0,695 atau sama dengan 69,5% terhadap pembelian makanan melalui fitur pesan antar GrabFood dan sisanya 30,5% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor pendapatan, faktor sosial, dan psikologis.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat menggali teori dan faktor yang dapat mempengaruhi pembelian makanan (konsumsi). Karena penelitian tentang hal ini terutama yang menyangkut tentang variabel penggunaan jasa ojek online masih kurang ditemui. Selain itu, untuk peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk memperbanyak sampel di dalam penelitiannya, karena terbatasnya sampel dalam penelitian ini yang disebabkan oleh keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti. Peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk meneliti lebih dalam lagi tentang beberapa indikator dari setiap variabel yang menyatakan hasil paling rendah yaitu ada indikator citra perusahaan pada variabel kepercayaan konsumen, indikator kemudahan pada penggunaan jasa ojek online dan yang terakhir indikator jumlah pembelian pada variabel pembelian makanan.

Dan juga diharapkan peneliti selanjutnya untuk mengikuti secara langsung proses penyebaran data karena dalam penelitian ini data yang digunakan disebarakan menggunakan google form. Selain itu peneliti selanjutnya juga disarankan untuk melakukan penelitian dengan subjek serta tempat yang lebih beragam.