

## V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived risk*, dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian secara *online* layanan GoFood pada mahasiswa Universitas Wijayakusuma Purwokerto, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik t (pengujian hipotesisi) dengan hasil nilai  $t_{hitung} = 2,110 > t_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikan sebesar  $0,038 < 0,05$ . Sehingga hipotesis pertama penelitian ini **diterima**.
2. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik t (pengujian hipotesisi) dengan hasil nilai  $t_{hitung} = 2,710 > t_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikan sebesar  $0,008 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis keduanya dinyatakan **diterima**.
3. *Perceived risk* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik t (pengujian hipotesisi) dengan hasil nilai  $t_{hitung} = -1,141 > t_{tabel} = -1,661$  dan nilai signifikannya sebesar  $0,257 > 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis ketiga penelitian ini dinyatakan **ditolak**.
4. *Online customer rating* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik t (pengujian hipotesisi) dengan hasil nilai  $t_{hitung} = 0,350 < t_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikan sebesar  $0,729 > 0,05$ . Hipotesis keempat penelitian ini dinyatakan **ditolak**.

## B. Implikasi

Beberapa implikasi yang diberikan untuk perusahaan Gojek yang membuat dan menaungi layanan GoFood:

1. Perusahaan Gojek yang menaungi layanan GoFood harus mempertahankan desain dan layanan yang mudah diakses dan dipelajari oleh konsumen agar dapat meningkatkan nilai penjualan. Sebuah perusahaan *e-commerce* seperti GoFood dengan layanan yang melibatkan aplikasi dan teknologi dalam transaksinya apabila ingin meningkatkan jumlah pelanggan harus dapat membangun situs yang ramah pengguna dengan fitur yang membuat pembelian lebih mudah.
2. Sebagai upaya untuk meningkatkan nilai penjualan, layanan GoFood harus memberikan manfaat yang positif untuk konsumennya. Layanan yang bermanfaat diharapkan akan mendorong penggunaannya untuk melakukan transaksi secara *online*. Manfaat ini nantinya akan memberikan keuntungan penghematan energi, penghematan waktu, dan pengurangan biaya pengeluaran apabila memutuskan menggunakan layanan GoFood.
3. Pembelian secara *online* memiliki risiko yang akan dirasakan oleh masing-masing konsumen. Melalui penelitian ini, diharapkan layanan GoFood dapat lebih memperhatikan dan menjaga perihal risiko penipuan produk antara yang ditampilkan di aplikasi dengan produk sebenarnya. Meskipun persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan nilai pembelian, tetapi risiko yang dirasakan masing-masing konsumen harus tetap diperhatikan agar tidak memberikan dampak negatif terhadap citra perusahaan.
4. Sebelum melakukan pembelian, beberapa konsumen akan mencari informasi terlebih dahulu agar mereka merasa percaya terhadap layanan yang akan mereka gunakan. GoFood sebagai layanan pesan antar makanan *top of mind* atau paling diingat harus memperhatikan dan menjaga kelengkapan dan kebenaran informasi yang akan diakses oleh konsumennya salah satunya melalui rating aplikasi.

### **C. Saran Penelitian Selanjutnya**

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas dengan menambahkan variabel seperti *electronic word of mouth*, persepsi harga, promosi, *brand image*, kualitas layanan, kualitas produk, maupun diskon yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah responden dengan memperluas lokasi penyebaran bukan hanya di Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan item pernyataan atau menambah teknik pengambilan data dengan wawancara agar mampu menjelaskan hubungan antar variabel dengan lebih baik dan dapat melengkapi jawaban responden yang kurang mendalam.