

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan terhadap aplikasi Grabfood, maka dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan, promosi penjualan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat promosi penjualan dan persepsi kemudahan maka semakin tinggi pula tingkat keputusannya.
2. Secara parsial, promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat promosi penjualan maka semakin tinggi pula tingkat keputusannya.
3. Secara parsial, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan penggunaan maka semakin tinggi pula tingkat keputusannya.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data maka yang dapat penulis sarankan untuk peningkatan keputusan pembelian pada aplikasi Grabfood adalah sebagai berikut:

1. Menimbang bahwa promosi penjualan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka penulis menyarankan Grabfood dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan promosi penjualan dan juga aspek kemudahan dari yang sudah ada pada aplikasinya. Dengan begitu diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian para konsumen terhadap aplikasi Grabfood.
2. Promosi penjualan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti pemberian *voucher cashback*, *voucher* gratis ongkir, potongan harga dan lain-lain. Konsumen akan lebih tertarik jika suatu produk atau jasa memberikan penawaran promosi penjualan pada produknya.
3. Kemudahan penggunaan juga harus terus ditingkatkan karena esensi dari teknologi itu sendiri memang diciptakan untuk memudahkan aktivitas manusia. Oleh karena itu, jika suatu aplikasi dinilai akan justru memperumit penggunaannya maka esensi dari teknologi itu sendiri akan hilang dan konsumen pun enggan untuk membeli suatu layanan menggunakan aplikasi tersebut. Kemudahan penggunaan dapat ditingkatkan dengan memperhatikan kesederhanaan pada tiap-tiap elemen seperti perpindahan antar menu, proses pemesanan, proses pembayaran dan sebagainya.