

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Uji Analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) *Online Customer Rating* (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Mie Gacoan Pada *Shopee Food* di Yogyakarta.
- 2) *Online Customer Review* (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Mie Gacoan Pada *Shopee Food* di Yogyakarta.
- 3) Promosi (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Mie Gacoan Pada *Shopee Food* di Yogyakarta.
- 4) Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*), diperoleh hasil bahwa *online customer rating* (X1), *online customer review* (X2), dan promosi (X3) memberi kontribusi terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 80 %, dan sisanya sebesar 20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan Mie Gacoan (PT Pesta Pora Abadi), dan peneliti selanjutnya.

1. Bagi Perusahaan
 - a) Variabel *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan pada *Shopee Food* di Yogyakarta, maka

disarankan untuk perusahaan Mie Gacoan untuk meningkatkan *review* produk, karena membantu calon konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

- b) Variabel Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan pada *Shopee Food* di Yogyakarta, maka disarankan untuk perusahaan Mie Gacoan untuk meningkatkan promosi, karena semakin sering melakukan promosi, semakin banyak konsumen yang tertarik untuk melakukan keputusan pembelian Mie Gacoan pada *Shopee Food* di Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang akan diteliti, karena penelitian ini terbatas pada *online customer rating*, *online customer review*, dan promosi, yang berkontribusi sebesar 80% terhadap keputusan pembelian. Variabel lain tersebut misalnya harga. Harga menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian, serta terdapat perbedaan harga pada setiap *online food delivery*, dengan produk yang sama.
- b) Bagi peneliti selanjutnya dapat mencari jurnal-jurnal pendukung lainnya untuk memaksimalkan penelitian.
- c) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti tidak hanya di Yogyakarta saja, namun bisa menambah ruang lingkup yang lebih luas lagi.