

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan pembahasan yang peneliti jelaskan mengenai pengaruh harga, *e-commerce*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian via *online* pada masa pandemi *covid-19* di PT. Gluten Free Indonesia, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian via *online* pada masa pandemi *covid-19* di PT. Gluten Free Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh nilai t-hitung sebesar 5,274 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,650.
2. *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian via *online* pada masa pandemi *covid-19* di PT. Gluten Free Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh nilai t-hitung sebesar 10,002 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,650.
3. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian via *online* pada masa pandemi *covid-19* di PT. Gluten Free Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh nilai t-hitung sebesar 8,051 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,650.
4. Harga, *e-commerce*, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian via *online* pada masa pandemi *covid-19* di PT Gluten Free Indonesia. Hal dibuktikan dengan uji F dengan

nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 503,386 lebih besar dari F-tabel yaitu sebesar 2,637.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan ataupun bahan pertimbangan bagi PT. Gluten Free Indonesia. Oleh karena itu peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a. Membuat produk dengan harga yang lebih terjangkau agar mampu bersaing dengan *brand gluten free* lain.
- b. Memaksimalkan vitur promosi di *e-commerce* seperti diskon, *campaign, voucher, flexi combo* dan menggunakan vitur *live* produk.
- c. Memberikan training pelayanan yang baik kepada para karyawan untuk memaksimalkan kualitas pelayanan.
- d. Melakukan strategi *marketing* yang lebih baik agar dapat mengoptimalkan potensi penjualan.
- e. Membuat tim khusus *marketing* agar memperluas pasar serta meningkatkan penjualan.
- f. Mengikuti *trand* yang ada agar tetap mengikuti perkembangan pasar agar produk mudah diterima berbagai kalangan.
- g. Membuat inovasi produk agar konsumen tertarik untuk mencoba produk-produk *gluten free* baru.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian serta dapat mengembangkan penelitian ini dengan objek dan pernyataan yang berbeda. Variabel keputusan pembelian 74% dipengaruhi oleh harga, *e-commerce*, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya yaitu 26% banyak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Oleh karena itu diharapkan juga dapat menggunakan lebih banyak aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian selain dari harga, *e-commerce*, dan kualitas pelayanan.