

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap data hasil survei, berdasarkan kelompok besar sub-variabel ditemukan 2 faktor yang memiliki pengaruh signifikan bagi pengguna Zomato di Jabodetabek, yaitu:

##### **1. Kualitas makanan**

Kualitas makanan yang meliputi cita rasa, selera, dan mutu bahan yang digunakan dianggap penting bagi responden dalam memutuskan suatu pembelian. Hal ini dikarenakan produk dari restoran adalah produk yang dikonsumsi, sehingga penting bagi restoran untuk memiliki kualitas makanan yang baik dan cita rasa yang menarik sehingga dapat mencapai tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas makanan yang baik dan menarik, tidak hanya akan meningkatkan jumlah konsumen baru, namun juga memberikan peluang untuk konsumen melakukan pembelian ulang atau berkala.

##### **2. Acuan**

Acuan yang dimaksud meliputi ulasan, rekomendasi kerabat dan relasi, dan nilai rata-rata di Zomato. Acuan ini dianggap penting karena faktor acuan merupakan landasan bagi calon konsumen untuk memastikan kualitas produk suatu restoran berdasarkan pendapat konsumen lain. Baik buruknya ulasan, nilai, dan atau rekomendasi konsumen terhadap restoran akan mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Sedangkan, sub-variabel yang belum dianggap sebagai faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah ketersediaan barang. Faktor ketersediaan barang ini meliputi lokasi restoran, jam operasional, layanan antar, dan antrian panjang. Menurut responden, jarak dan jauh dekatnya lokasi restoran

dengan tempat tinggal responden bukan merupakan halangan atau masalah bagi responden untuk melakukan pembelian. Hal ini didukung oleh semakin meningkatnya ketersediaan jasa layanan antar yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Penggunaan jasa layanan antar tersebut juga dapat menghindarkan konsumen dari antrian panjang sehingga antrian panjang bukan lagi menjadi masalah. Dan harga terjangkau pada penelitian ini merupakan produk dengan harga dibawah atau sama dengan Rp 75.000, di mana 66% dari 100 responden yang berdomisili di Jabodetabek memilih untuk membeli makanan/minuman pada jangkauan harga tersebut. Hasil penelitian ini menjawab tujuan penelitian dari faktor apakah yang paling dominan dalam pengambilan keputusan pembelian pengguna Zomato. Yaitu faktor kualitas makanan dan acuan.

## 5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sub-variabel kualitas produk dan acuan (ulasan dan rekomendasi) merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling besar pada keputusan pembelian 100 responden. Hasil tersebut dapat dijadikan sebagai acuan restoran untuk meningkatkan kualitas makanan dan minumannya guna meningkatkan volume penjualan dan menambah daya tarik restoran. Kualitas makanan dan minuman sebanding dengan ulasan. Di mana, dengan kualitas makanan dan minuman yang baik, tentunya ulasan yang didapat oleh restoran dari konsumennya juga baik. Bahkan restoran tersebut dapat direkomendasikan ke kerabat/relasi dari konsumennya.
2. Kualitas makanan dan minuman yang baik dapat dicapai dengan membuat produk yang memiliki cita rasa yang unik dan *authentic* dan penggunaan bahan makanan dengan kualitas dan mutu yang baik dan bersih. Selain itu, kualitas makanan dan minuman yang baik juga dapat dicapai melalui penyajian produk dengan warna, bentuk, dan aroma yang menggugah selera.
3. Ketersediaan barang merupakan faktor yang tidak terlalu penting bagi pengguna Zomato. Karena sudah tersedianya Go-Food, Grab-Food dan

layanan antar mandiri dari restoran juga menjadikan indikator lokasi bukan lagi menjadi halangan bagi responden untuk membeli suatu produk.

4. Hasil penelitian ini merupakan awal dari penelitian terhadap faktor prioritas pengguna zomato dalam memutuskan suatu pembelian produk makanan dan minuman. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan lebih spesifik dan mendalam dan dengan sampel yang lebih luas. Contohnya adalah seperti analisis hubungan antara kualitas produk dan faktor acuan/ulasan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode wawancara sehingga hasil penelitian akan lebih detail.

