

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat harga di *ShopeeFood* berada di kategori cukup yang terlihat dari tanggapan mayoritas responden dimana harga layanan berada pada kategori yang seimbang, yaitu tidak terlalu murah dan tidak terlalu mahal. Penawaran diskon di *ShopeeFood* berada di kategori seimbang yang terlihat dari tanggapan mayoritas responden dimana diskon yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Penawaran gratis ongkir berada pada kategori seimbang yang terlihat dari tanggapan mayoritas responden dimana responden merasa cukup atas penawaran promosi gratis ongkir yang diberikan. Keputusan penggunaan *ShopeeFood* berada di kategori seimbang yang terlihat dari tanggapan mayoritas responden dimana kualitas layanan dan variasi pilihan makanan sesuai dengan ekspektasi.
2. Harga memiliki berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan *ShopeeFood*.
3. Diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan *ShopeeFood*.
4. Promosi gratis ongkir berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan *ShopeeFood*.
5. Harga dan diskon melalui promosi gratis ongkir berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pada jasa layanan *ShopeeFood*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis

- a. Penelitian ini memperkuat teori bahwa harga adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan. Dengan temuan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeeFood*, penelitian ini menambah bukti empiris yang mendukung konsep harga sebagai penentu utama dalam model perilaku konsumen.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Ini mendukung teori promosi yang menyatakan bahwa diskon dapat meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen. Temuan ini bisa memperkaya literatur mengenai strategi diskon dan efektivitasnya dalam menarik konsumen.
- c. Penelitian ini menyoroti bahwa promosi gratis ongkir adalah faktor penting dalam keputusan konsumen untuk menggunakan layanan *ShopeeFood*. Ini memberikan kontribusi pada literatur yang ada mengenai insentif pengiriman, menunjukkan bahwa faktor logistik seperti biaya pengiriman gratis dapat menjadi alat yang efektif dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

2. Implikasi praktis

- a. *ShopeeFood* dan layanan serupa harus mempertimbangkan strategi penetapan harga yang kompetitif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Mengingat harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, perusahaan dapat melakukan survei harga secara berkala untuk memastikan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi dan daya beli konsumen.
- b. Menyusun program diskon yang menarik dan berkelanjutan dapat meningkatkan keputusan penggunaan jasa. *ShopeeFood* dapat merancang diskon musiman, diskon khusus pelanggan baru, atau diskon berbasis volume pembelian untuk mendorong lebih banyak

transaksi. Penting untuk memastikan bahwa diskon ini tidak hanya menarik tetapi juga menguntungkan secara finansial.

- c. Program promosi gratis ongkir harus menjadi bagian integral dari strategi pemasaran *ShopeeFood*. Mengingat pengaruh signifikan promosi gratis ongkir terhadap keputusan penggunaan, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk menawarkan promosi gratis ongkir pada pembelian di atas jumlah tertentu, atau sebagai bagian dari program loyalitas untuk pelanggan setia. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga bisa meningkatkan frekuensi penggunaan layanan.

5.3 Rekomendasi

Berikut adalah rekomendasi yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan terendah pada indikator harga produk di *ShopeeFood* sebanding dengan manfaat (memberi kepuasan & mengenyangkan) yang ditawarkan, maka *ShopeeFood* sebaiknya meningkatkan manfaat yang ditawarkan agar sebanding dengan harga yang diberikan kepada konsumen untuk memastikan bahwa uang yang dikeluarkan pelanggan berbanding lurus dengan layanan dan manfaat yang didapat.
2. Berdasarkan tanggapan terendah pada indikator jangka waktu diskon yang diberikan *ShopeeFood* untuk dimanfaatkan, maka *ShopeeFood* sebaiknya memperpanjang jangka waktu diskon yang diberikan agar semakin banyak konsumen yang dapat merasakan manfaat dari potongan harga yang ditawarkan, termasuk mengoptimalkan program diskon, diskon spesial untuk pelanggan setia, promo musiman, dan program diskon terkait acara tertentu. Diskon membantu dalam meningkatkan daya tarik *ShopeeFood* bagi berbagai segmen pelanggan.
3. Berdasarkan tanggapan terendah pada indikator promosi gratis ongkir membuat konsumen lebih sering belanja di *ShopeeFood* oleh karena itu *ShopeeFood* sebaiknya mempertimbangkan untuk membuat promosi

gratis ongkir menjadi insentif utama dalam strategi pemasaran mereka, mungkin dengan menetapkan ambang batas minimum pembelian tertentu karena promosi gratis ongkir telah terbukti menjadi salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan.

4. Berdasarkan tanggapan terendah pada indikator *ShopeeFood* menawarkan banyak pilihan tempat makanan dan minuman untuk dipilih, sebaiknya *ShopeeFood* meningkatkan variasi pilihan tempat makanan dan minuman agar konsumen semakin leluasa dalam menentukan pilihan makanan dan minuman, sehingga semakin banyak konsumen yang memutuskan untuk menggunakan layanan *ShopeeFood* karena luasnya pilihan yang beraneka ragam.