

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki empat variabel yang diteliti yaitu gaya hidup, *e-wom*, promosi penjualan, dan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga data yang diperoleh merupakan data primer yang disebar secara online, dengan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 170 orang yang merupakan generasi millennial di Kota Padang. Dari hasil pembahasan serta penjelasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, penelitian ini memiliki tiga hipotesis, dimana hasil dari semua hipotesis yang diuji diterima.

1. Variabel gaya hidup mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian domino's pizza mobile apps.
2. Variabel *e-wom* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian domino's pizza mobile apps.
3. Variabel promosi penjualan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian domino's pizza mobile apps.

5.2 Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa implikasi antara lain dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan, hal ini dapat dilihat dari pernyataan yang tertinggi berada pada pernyataan saya peduli dengan internet di ponsel saya dengan rata-rata 4,48, oleh karena itu pernyataan ini harus dipertahankan karna konsumen sangat memerlukan internet dalam melakukan pembelian domino's pizza melalui mobile apps.

Sedangkan pernyataan terendah terdapat pada pernyataan iklan komersial mencerminkan layanan jujur yang disediakan situs web dengan rata-rata sebesar 3,96. Oleh karena itu pernyataan harus bisa dirubah agar nantinya konsumen mendapatkan layanan yang jujur sesuai dengan iklan komersial yang disediakan oleh situs web.

2. Pada variabel *e-wom* memiliki pengaruh positif dan signifikan, hal ini dilihat dari pernyataan tertinggi berada pada pernyataan formulir *e-wom* adalah informasi penting bagi saya dengan rata-rata 4,29, oleh karena itu pernyataan ini harus dipertahankan agar konsumen memiliki informasi yang terpercaya mengenai produk domino's pizza mobile apps. Sedangkan pernyataan terendah terdapat pada pernyataan saya cenderung mengubah pendapat saya tentang suatu produk/merek setelah melihat komentar positif atau negatif tentang produk tersebut dengan nilai rata-rata sebesar 4,09. Oleh karena itu pernyataan ini harus bisa dirubah agar nantinya konsumen tidak bimbang dalam melakukan pembelian domino's pizza mobile apps.
3. Pada variabel promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan, hal ini dilihat dari pernyataan tertinggi berada pada pernyataan domino's pizza memberikan voucher bebas ongkos kirim dengan rata-rata 4,16, oleh karena itu pernyataan ini harus dipertahankan karena konsumen sangat senang dengan bebas ongkos kirim disaat melakukan pembelian domino's pizza melalui mobile apps. Sedangkan pernyataan terendah terdapat pada pernyataan domino's pizza memberikan diskon pada periode tertentu dengan nilai rata-rata berjumlah 4,09. Oleh karena itu pernyataan ini harus bisa dirubah agar nantinya konsumen tidak hanya membeli domino's pizza disaat diskon pada periode tertentu saja.

5.3 Keterbatasan Peneliti

Selama proses penelitian, penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mungkin berpengaruh terhadap hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat lebih memperhatikan keterbatasan tersebut untuk penelitian di masa mendatang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh langsung dari tiga variabel yaitu gaya hidup, *e-wom* dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang belum dibahas dalam penelitian.
2. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden dengan kriteria tertentu sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada generasi millennial di Kota Padang dalam skala kecil sebanyak 170 responden yang melakukan pembelian pada domino's pizza mobile apps.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan-keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, maka ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk bisa menggunakan selain variabel independen pada penelitian ini yang bisa mengukur keputusan pembelian, seperti memakai variabel harga, ekuitas merek, persepsi harga, kepercayaan konsumen, diferensiasi produk dan sebagainya.

2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak sumber data, tidak hanya terfokus pada kuisisioner saja, melainkan bisa menambahkan data yang diperoleh dari metode lainnya.
3. Diharapkan pihak domino's pizza dapat meningkatkan kualitas *mobile apps* nya, seperti mengurangi *bug*, tampilan yang lebih menarik dan mudah digunakan, tutorial penggunaan yang jelas dan sederhana, promo-promo dan pilihan produk yang lebih bervariasi, serta ketersediaan produk promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Jika konsumen merasa puas dan memberikan komentar positif, maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan.

