

## BAB VI

### PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran untuk memperbaiki hal-hal yang dirasa penting untuk penelitian selanjutnya.

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian, pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa poin sebagai berikut.

1. Pengguna ShopeeFood yang dipilih dari kalangan Milenial dan Gen Z, mayoritas Perempuan dengan tingkat pendapatan lebih dari Rp1.000.000, serta sudah bekerja.
2. *Perceived ease of use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase intention*. *Perceived Usefulness* dan *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*, oleh karena itu ShopeeFood disarankan untuk menambahkan fitur status pengiriman dengan alarm keterlambatan untuk meningkatkan efisiensi layanan, khususnya pada pengemudi. Peningkatan user interface juga diperlukan untuk memberikan manfaat nyata dan meningkatkan pengalaman pengguna, sehingga mampu meningkatkan niat pembelian dan daya saing ShopeeFood di pasar.

#### 6.2 Saran

Setelah penelitian ini dilakukan, terdapat beberapa saran untuk lebih menyempurnakan penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih besar, juga tidak hanya kalangan Milenial dan Gen Z untuk keakuratan yang lebih baik.

Menggunakan faktor keputusan pembelian yang lainnya dengan metode penelitian selain pada penelitian ini dapat dilakukan.

2. Pihak layanan ShopeeFood sebaiknya lebih memperhitungkan faktor-faktor keputusan pembelian. ShopeeFood diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan bersaing lebih baik dengan layanan OFD lainnya di Kota Padang.

