

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019 sebagai responden maka dapat diambil kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil penyajian data yang terkumpul. Maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan aplikasi GoFood menurut mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019 adalah dalam kategori cukup. Hal ini berdasarkan nilai mean sebesar 28,96 berada pada rentang nilai 26,195 sampai 31,729 yang dikategorikan cukup.
2. Gaya hidup mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019 dalam menggunakan GoFood berada pada kategori cukup. Hal ini berdasarkan nilai mean sebesar 28,00 yang berada pada rentang 25,05 sampai 30,95 yang dikategorikan cukup.
3. Keputusan pembelian konsumen menggunakan GoFood pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019 adalah dalam kategori cukup. Hal ini berdasarkan nilai mean sebesar 32,91 yang berada pada rentang 29,50 sampai 36,32 yang dikategorikan cukup.
4. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan SPSS 25 diperoleh bahwa variabel X1 kemudahan penggunaan aplikasi memiliki korelasi 'kuat dan signifikan terhadap variabel Y keputusan pembelian konsumen menggunakan GoFood. Diketahui dari nilai *pearson correlation* adalah

sebesar 0,723 dan nilai signifikansi pada uji t sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,653 > t$ tabel 1,978. Hal ini berarti semakin baik kemudahan penggunaan GoFood maka akan semakin meningkat keputusan pembelian konsumen menggunakan GoFood.

5. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan SPSS 25 diperoleh bahwa variabel X2 gaya hidup memiliki korelasi kuat dan signifikan terhadap variabel Y keputusan pembelian konsumen menggunakan GoFood. Diketahui dari nilai derajat *pearson correlation* sebesar 0,766 dan nilai signifikansi pada uji t sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,586 > t$ tabel 1,978. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen menggunakan GoFood.
6. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan SPSS 25 diperoleh bahwa variabel X1 kemudahan penggunaan aplikasi dan X2 gaya hidup berkorelasi secara kuat dan simultan terhadap variabel Y keputusan pembelian konsumen menggunakan GoFood. Diketahui dari hasil uji korelasi berganda nilai derajat hubungan R adalah sebesar 0,816. Kemudian hasil persamaan regresi berganda menghasilkan persamaan $Y = 2,793 + 0,469 X_1 + 0,590 X_2$. Hasil analisis uji F diperoleh nilai sig. sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $133,581 > F$ tabel 3,06, serta hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai Multiple R yaitu sebesar 0,666 atau 66,6% yang berarti bahwa variabel X1 kemudahan penggunaan aplikasi dan X2 gaya hidup berpengaruh sebesar 66,6% terhadap variabel Y keputusan pembelian konsumen menggunakan GoFood. Hal ini berarti semakin baik kemudahan penggunaan GoFood

dan didukung dengan gaya hidup yang tinggi maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen menggunakan GoFood.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan GoFood

Berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner yang telah disebarkan diperoleh hasil bahwa kemudahan penggunaan GoFood pada kalangan mahasiswa dinilai cukup mudah. Diperoleh juga bahwasannya penggunaan GoFood telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa. Maka peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas layanannya sehingga para pengguna akan terus dapat menikmati layanan GoFood.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya peneliti menyarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang belum diteliti pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Karena pada penelitian ini diketahui bahwa faktor kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 66,6%. Hal ini berarti masih terdapat faktor-faktor lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil lebih banyak sampel agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.