

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) untuk menguji pengaruh beberapa variabel terhadap minat beli ulang pada aplikasi ShopeeFood di Kota Surabaya, maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai Berikut:

1. *Mobile Food Ordering App Attributes (MFOA)* berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi ShopeeFood di Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menjaga dan meningkatkan *Mobile Food Ordering App Attributes (MFOA)* dapat meningkatkan minat untuk membeli ulang pada aplikasi pemesanan makanan online.
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi ShopeeFood di Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memberikan dan menciptakan kualitas layanan yang mumpuni akan meningkatkan keinginan pelanggan untuk menggunakan dan membeli pada aplikasi tersebut.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dikemukakan beberapa saran yang bersifat membangun dan dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam mengambil keputusan, antara lain sebagai berikut:

1. Dengan adanya Kesimpulan tersebut *Mobile Food Ordering App Attributes (MFOA)* dan kualitas layanan memiliki kontribusi terhadap minat beli ulang pada aplikasi ShopeeFood sehingga aplikasi ShopeeFood harus mempertahankan kualitas layanan yang diberikan, kemudian meningkatkan fitur-fitur yang tersedia dan memberikan desain-desain yang menarik pada desain visual aplikasi yang dapat menggugah pelanggan untuk bisa membeli kembali menggunakan aplikasi ShopeeFood.
2. Diharapkan ShopeeFood dapat lebih meningkatkan dalam hal *Responsive* yakni dalam memberikan tanggapan atas keluhan yang dialami pelanggan dan memberikan Solusi yang tepat dan cepat yang dapat diberikan kepada pelanggan dengan tepat dan sesuai yang diharapkan pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang serupa dengan menambah atau menggunakan variabel lain seperti harga, promosi, brand awarness, satisfaction, dan lain sebagainya yang memungkinkan memiliki pengaruh terhadap variabel dependent seperti minat beli ulang.