

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dipaparkan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, pada bab ini juga akan diberikan saran untuk Mister Geprek dan penelitian selanjutnya.

#### V.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan ditujukan untuk menjawab rumusan masalah yang ada berdasarkan hasil penelitian yang didapat. Berikut merupakan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini.

1. Faktor yang memengaruhi minat beli ulang makanan secara daring adalah kepuasan pelanggan dengan nilai *total effect* sebesar 0,792; kualitas makanan dengan nilai *total effect* sebesar 0,339; kualitas sistem dengan nilai *total effect* sebesar 0,207; dan keamanan pangan dengan nilai *total effect* sebesar 0,19.
2. Terdapat 5 usulan perbaikan yang dapat diberikan kepada Mister Geprek yaitu pembuatan SOP pemasakan, penyajian, dan pengemasan, menggunakan plastik yang lebih besar, menambah saus/sambal baru, menggunakan *garnish* atau hiasan, dan mengganti beras dengan beras kualitas premium.

#### V.2 Saran

Berikut merupakan saran yang dapat diberikan untuk Mister Geprek dan penelitian selanjutnya.

1. Mister Geprek dapat melakukan usulan perbaikan yang diberikan dengan melakukan evaluasi secara berkala untuk mengetahui dampak usulan yang diberikan.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel lainnya yang belum digunakan dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan (contoh:

kesesuaian pesanan dengan makanan yang diantar) untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cha, S., & Lee, S. (2021). The Effects of User Experience Factors on Satisfaction and Repurchase Intention at Online Food Market. *Journal of Industrial Distribution & Business*, 12(4), 7-13.
- Hair, J. F., Hult, T. H., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. California: SAGE Publications.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management (14th Edition)*. New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *FOURTH EUROPEAN EDITION Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Ludwianto, B. (2020, November 12). *10 Tahun Gojek: 38 Juta Pengguna Aktif Bulanan Hingga Cetak Laba*. Retrieved from kumparanTech: <https://kumparan.com/kumparantech/10-tahun-gojek-38-juta-pengguna-aktif-bulanan-hingga-cetak-laba-1uZiKid82Mo/full>, Diakses 10 September 2022.
- Mothersbaugh, D., & Hawkins, D. (2015). *Customer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Safitri, K. (2020, Februari 11). *kompas.com*. Retrieved from Tahun 2019, Jumlah Pelanggan GoFood Naik Dua Kali Lipat: <https://money.kompas.com/read/2020/02/11/231900126/tahun-2019-jumlah-pelanggan-gofood-naik-dua-kali-lipat?page=all>, Diakses 10 September 2022.
- Saiputra, H. (2020). BAGAIMANA KEAMANAN PANGAN, KUALITAS MAKANAN DAN CITRA MEREK MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 79-87.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Hoboken: Wiley.
- Wilna, O.-T., & Egal, A. (2016). Food Quality and Food Safety. In *COMMUNITY NUTRITION FOR DEVELOPING COUNTRIES* (pp. 430-446). Athabasca University Press, Unisa Press.

Zethami, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm (7th Edition)*. Dubuque: McGraw-Hill Education.