

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

1. Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin intensif dan menarik strategi periklanan yang digunakan GrabFood, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian melalui aplikasi tersebut.
2. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, program promosi seperti diskon, voucher, dan cashback mampu mendorong konsumen untuk segera melakukan pembelian, meskipun pengaruhnya sedikit lebih rendah dibandingkan periklanan.

#### **6.2 Saran**

Dari hasil kesimpulan serta pembahasan pada setiap bab yang ada dalam penelitian ini, maka penelitian ini memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini variabel Promosi Penjualan memiliki pengaruh yang rendah terhadap keputusan pembelian konsumen pada Grabfood maka disarankan kepada Grabfood untuk terus meningkatkan Promosi Penjualan pada hari-hari tertentu, tanggal muda, atau hari-hari besar, yang menarik seperti Diskon Langsung, Promo Bundle/Paket Hemat, Cashback, Iklan Media Sosial, Media Sosial, Hadiah Melalui Program Loyalitas, dikarenakan hal tersebut merupakan indikator yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan tingkat promosi penjualan yang tinggi dikalangan konsumen maka konsumen akan cenderung melakukan keputusan pembelian.
2. Untuk peneliti selanjutnya hal-hal yang sudah dibahas dalam penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk peneliti selanjutnya. Untuk kemudian dikembangkan lagi variabel dalam penelitiannya seperti Harga, Citra Merek, Kesadaran Merek, Electronic Word of Mouth (E-WOM).

3. Untuk toko-toko atau pelaku usaha yang tergabung dalam layanan GrabFood, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan periklanan digital secara konsisten melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook Ads guna meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian calon konsumen. Selain itu, pelaku usaha juga disarankan untuk menerapkan promosi penjualan yang tepat sasaran, seperti diskon, kupon, cashback, atau paket bundling yang ditawarkan pada waktu-waktu strategis seperti jam makan siang dan akhir pekan.