

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan perkembangan teknologi saat ini, banyak kemudahan serta kemungkinan yang memberikan dampak terhadap masyarakat terlebih didapat dari layanan *e-commerce* dalam aktifitas sehari-hari, khususnya pada aplikasi GoFood. Penelitian ini meneliti pengaruh faktor-faktor yang mendorong niat pembelian ulang pengguna aplikasi GoFood pada masyarakat di Kota Samarinda.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kemudahan dan persepsi risiko menjadi salah satu faktor yang mendorong pembelian kembali dengan menggunakan aplikasi Gofood. Hal ini ditunjukkan dengan semua hipotesis pada penelitian ini diterima, yaitu dengan hasil penelitian *Information Quality* dan *Perceived Risk* memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*. Jika dilihat dari jawaban ataupun respon dari para masyarakat maka dapat disimpulkan bahwa mereka merasakan kemudahan dan kegunaan dalam menggunakan aplikasi GoFood, sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian ulang menggunakan aplikasi GoFood.

B. Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu penggunaan kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur variabel. Oleh karena itu, data yang diperoleh tergantung pada pemahaman para responden, tentang kalimat dalam pernyataan-pernyataan tersebut. Akibatnya, penulis tidak dapat mendeskripsikan hasil penelitian ini secara lebih spesifik, karena jawaban setiap responden berbeda-beda, dan terkadang disaat

pengisian, responden sedang ada kendala ataupun diwaktu yang tidak tepat. Sehingga hasil yang diberikan tidak sesuai dengan situasi aktual responden.

Keterbatasan selanjutnya dalam penelitian ini adalah sampel target hanya berasal dari Kota Samarinda, oleh karena itu temuan dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh masyarakat dalam cakupan lebih luas di Kalimantan Timur.

C. Saran

Adapun saran yang akan disampaikan dan semoga dapat bermanfaat bagi peneliti maupun pengelola aplikasi GoFood:

1. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan *Information Quality* dan *Perceived Risk* terhadap *Repurchase Intention* yang dirasakan pengguna aplikasi GoFood. Khususnya yang berminat untuk meneliti lebih jauh tentang aplikasi GoFood, maka perlu modifikasi variabel-variabel independen. Sehingga akan lebih objektif dan bervariasi dalam melakukan penelitian. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk pengembangan serta pendalaman ilmu pengetahuan.
2. Bagi pengelola aplikasi GoFood, dengan memanfaatkan sepenuhnya infrastruktur teknologi, kompetensi perusahaan dapat ditingkatkan agar lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, penyedia layanan harus menyediakan sistem kualitas yang menawarkan informasi yang akurat, dapat dipercaya dan detail informasi yang tepat untuk memenuhi harapan konsumen. Aplikasi GoFood harus memastikan kontak dengan risiko yang lebih kecil untuk mencapai pembelian berkelanjutan menggunakan aplikasi. Aplikasi yang baik tidak akan membuat pengguna khawatir tentang risiko yang harus mereka

hadapi. Untuk memahami dan mengeksplorasi faktor-faktor penting yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali menggunakan aplikasi GoFood. Peningkatan tersebut akan membawa perusahaan untuk lebih mudah memahami kebutuhan pengguna aplikasi dan mencapai kepuasan mereka ketika mereka menggunakan aplikasi GoFood.