

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Digital Marketing* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada aplikasi grab di wilayah duren jaya.
2. *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan pada aplikasi Grab, yang berarti *Digital Marketing* membuat para konsumen berminat untuk menggunakan ulang aplikasi Grab karena dinilai *Digital Marketing* dalam memberi kesan kepada konsumen sangat baik dan memuaskan.
3. Kemudahan Bertransaksi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada aplikasi grab di wilayah duren jaya.
4. Kemudahan Bertransaksi berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan pada aplikasi Grab, yang berarti Kemudahan Bertransaksi membuat para konsumen berminat untuk menggunakan ulang aplikasi Grab karena dinilai Kemudahan Bertransaksi dalam memberi kesan kepada konsumen sangat baik dan memuaskan.
5. Keputusan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi grab di wilayah duren jaya. Variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pada aplikasi grab di wilayah duren jaya adalah variabel kemudahan betransaksi, hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi kemudahan betransaksi yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien regresi digital marketing.
6. Keputusan penggunaan aplikasi berpengaruh positif terhadap aplikasi Grab, berarti aplikasi Grab ini dinilai mudah digunakan siapa pun dalam melakukan transaksi atau aktivitas apapun yang menggunakan aplikasi ini.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh digital marketing, kemudahan bertransaksi terhadap keputusan penggunaan pada aplikasi grab di wilayah duren jaya, diharapkan kepada perusahaan Grab untuk lebih meningkatkan lagi terutama digital marketing sehingga masyarakat lebih tau tentang perusahaan Grab dan semakin banyak yang tau maka semakin banyak masyarakat yang akan menggunakan aplikasi Grab. Meningkatkan lagi digital marketing nya sehingga konsumen lebih tertarik untuk menggunakan produk tersebut.

Perusahaan Grab harus lebih giat lagi dan semangat dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Perusahaan harus terus dapat melayani dan meningkatkan pemasaran supaya banyak masyarakat yang mengetahui tentang Grab tersebut. Dari pihak Grab juga harus mampu mempertahankan dan meningkatkan penerapan strategi digital marketing dan kemudahan bertransaksi agar mampu menarik konsumen sehingga mampu meningkatkan keputusan penggunaan.

Berdasarkan hasil jawaban responden melalui kuesioner masih kurangnya *digital marketing* yang dirasakan masyarakat yang menjadi pengguna aplikasi grab. Berdasarkan hal tersebut maka grab harus memperbaiki *digital marketing* dengan memberikan arahan kepada karyawannya agar dapat memberikan yang lebih baik lagi dan memperbaiki yang masyarakat butuhkan.

Grab harus mampu mempertahankan penerapan strategi *digital marketing* dan kemudahan bertransaksi agar mampu melekat dibenak konsumen sehingga mampu meningkatkan penggunaan aplikasi grab. Mempertahankan strategi harus berdasarkan pesaing dengan lebih inovatif dan meningkatkan kualitas dalam menyediakan produk yang dibutuhkan oleh para konsumen.

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi Instansi

a. Untuk *Digital Marketing* dalam hasil kuesioner pada pernyataan nomor 2

nilainya lebih kecil dibanding pernyataan yang lain, saran dari penulis

harus ditingkatkan lagi oleh pihak perusahaan, karna banyak *digital marketing* dalam aplikasi grab yang harus ditingkatkan lagi sehingga pihak perusahaan harus

meningkatkan pemasaran dibidang digitalnya agar tidak kalah saing terhadap para pesaingnya.

- b. Untuk Kemudahan Bertransaksi dalam hasil kuesioner pada pernyataan nomor 6 nilainya merupakan skor yang terendah dari pernyataan yang lain. Menurut saran penulis, kemudahan bertransaksi dalam grab sudah baik karena sudah ada transaksi digital seperti OVO dan tunai yang memudahkan konsumen untuk bertransaksi dengan mudah begini konsumen akan nyaman dan terus menggunakan aplikasi grab.
- c. Untuk Keputusan Penggunaan dalam hasil kuesioner pada pernyataan nomor 4 nilainya merupakan skor yang terendah dari pernyataan lain nya. Menurut saran penulis, apabila ingin menggunakan suatu aplikasi harus dilihat dari seberapa besar perusahaan untuk memasarkan produknya dan seberapa royal perusahaan untuk memberikan manfaat untuk konsumen dan harus mencari cara transaksi yang mudah untuk digunakan agar apabila menggunakan aplikasi tidak merasa kesulitan dan tidak buang-buang waktu pada saat penggunaannya.