

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai faktor minat beli dengan adanya gaya hidup dan *digital marketing*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil Uji t terkait pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli pada jasa layanan *grabfood* diketahui bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji t, dimana diperoleh nilai Sig sebesar 0,000. Nilai Sig yang lebih kecil dari 0,000 ($0,00 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *digital marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada jasa layanan *grabfood*.
2. Berdasarkan hasil Uji t terkait gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada jasa layanan *grabfood*. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji t, dimana diperoleh nilai Sig sebesar 0,000. Nilai Sig yang lebih kecil dari 0,000 ($0,000 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada jasa layanan *grabfood*.
3. Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan diketahui bahwa *digital marketing* dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap

minat beli pada jasa layanan grabfood. Hasil ini dapat dilihat dari tabel Anova dimana nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig $< 0,000$ ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, kesimpulannya signifikan artinya bahwa *digital marketing* dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada jasa layanan *grabfood*.

B. Saran

Beberapa saran yang perlu dikemukakan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Layanan Jasa *GrabFood* agar lebih meningkatkan kualitas produk terhadap makanan dan semakin berkembang. Adanya digital marketing dapat menjadi suatu strategi untuk produk terhadap suatu makanan dan meningkatkan gaya hidup serta minat beli.
2. Bagi mahasiswa dianjurkan agar lebih memahami akan penggunaan grab food dan juga lebih praktis dalam menggunakan grab food dengan seadanya. Adanya grabfood dapat mempermudah mahasiswa.
3. Perlunya penelitian selanjutnya agar kita dapat mengetahui sejauh mana jasa layanan grabfood dan mengetahui digital marketing terhadap gaya hidup dan minat beli.

C. Kata Penutup

Puji Syukur terhadap kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat

menyelesaikan penulisan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya.oleh karena itu, penulis mengharap saran dan kritik yang membangun guna perbaikan skripsi ini.