

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada platform Gofood, perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh faktor jarak. Kategori makanan yang paling sering dibeli adalah olahan ayam dengan rentang harga pembelian terbanyak berada dalam rentang Rp 20.000 – Rp 40.000 dan harga rata-rata sebesar Rp 28.014. Pada platform Grabfood, perilaku konsumen saat membeli dipengaruhi oleh faktor harga. Rentang harga yang paling sering dibeli adalah antara Rp 25.000 – Rp 50.000 dengan rata-rata harga sebesar Rp 36.357. Kategori makanan yang banyak dibeli adalah olahan aneka nasi. Sementara itu, di Shopeefood harga menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen dengan rentang harga pembelian terbanyak pada rentang Rp 20.000 – Rp 40.000 dan rata-rata harga sebesar Rp 29.381. Adapun kategori makanan yang paling sering dibeli adalah olahan ayam.

Berdasarkan analisis komparatif, aplikasi Gofood memiliki 2 kelompok klaster, sedangkan Grabfood dan Shopeefood masing-masing memiliki 3 kelompok klaster dengan karakteristik yang berbeda. Urutan aplikasi berdasarkan jumlah pembeli terbanyak adalah Gofood, diikuti oleh Grabfood, dan kemudian ShopeeFood. Dari segi harga rata-rata tertinggi, urutannya adalah Grabfood, Shopeefood, dan Gofood. Terakhir, jumlah restoran terbanyak terdapat pada platform Grabfood, diikuti oleh Shopeefood, dan Gofood.

B. Saran

Perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan metode berbeda. Penelitian ini menggunakan data observasi, tetapi penelitian selanjutnya harus menggunakan data survei seperti kuesioner. Hal ini ditujukan agar menguji apakah penelitian ini bias dalam data atau tidak karena metode pengambilan data menggunakan teknik *non-probability sampling* berjenis *purposive sampling* dan *convenience sampling* serta sensus.