

## **BAB. V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan analisis serta pembahasan yang sudah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

Variabel Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Tiket.com di DKI Jakarta. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa indikator seperti mudah dipelajari, mudah dipahami, dan mudah dioperasikan tidak mempengaruhi keputusan pembelian pada Tiket.com di DKI Jakarta.

Variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan juga signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada Tiket.com. yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian Tiket.com dalam kepercayaan adalah Benevolence yang baik yang dilakukan oleh Tiket.com kepada konsumen. Lalu dengan *ability* yang mampu membangun daya Tarik konsumen sehingga bisa mengambil keputusan dalam pembelian Tiket.com. kemudian integritas yang dimiliki Tiket.com yang bisa meyakinkan konsumen sehingga bisa mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Dan konsumen dapat bersedia bergantung pada Tiket.com Ketika mendapatkan konsekuensi yang negative yang mampu mempengaruhi dalam keputusan pembelian.

Variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan juga signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada Tiket.com. hal ini menunjukkan bahwa indikator dalam variable ini yang bisa mempengaruhi yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *emphaty* dan *tangibles* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Tiket.com.

#### **V.2 Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Pada penelitian ini hanya meneliti variabel bebas kemudahan, kepercayaan dan kualitas layanan saja, oleh karena itu tidak dapat mewakili variabel yang lain yang kemungkinan dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Diharapkan kembali ada pengembangan penelitian lagi tentang keputusan pembelian pada tiket.com dengan variabel yang berbeda.

2. untuk responden yang digunakan pada penelitian ini hanya menggunakan 100 responden dan khusus berasal dari DKI Jakarta saja. Selain itu hasil penelitian hanya diambil dari data yang terkumpul pada kuisioner.

### V.3 Saran

Berdasarkan simpulan yang sudah dijelaskan diatas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti, yaitu untuk memengaruhi lebih baik lagi dalam keputusan pembelian pada konsumen perlu agar memperhatikan variable-variabel kunci seperti kepercayaan dan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen.

Pertama, perlunya membangun kepercayaan untuk konsumen karena jika kepercayaan yang dimiliki konsumen atas apa yang kita berikan sangat baik, maka akan sangat mempengaruhi dalam keputusan pembelian produk kita oleh konsumen dengan hasil yang positif. Adapun yang dapat dilakukan dalam menjaga dan meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen dengan cara memberikan yang terbaik, bisa jujur dan menjaga komitmen, dan memberikan informasi secara benar dan akurat mengenai apa yang ditawarkan sehingga tidak ada kesan membohongi konsumen.

kemudian diharapkan Tiket.com dapat lebih menawarkan lagi poin-poin kelebihan, peningkatan dalam kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dalam penggunaan aplikasi untuk pemesanan tiket lebih baik lagi karena untuk zaman sekarang pemesanan secara online sangat memudahkan. Jadi Tiket.com harus mempertahankan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen seperti dengan lebih menjaga terus kualitas keamanan yang diberikan dalam bertransaksi saat menggunakan aplikasi, servis yang bagus dalam menangani keluhan-keluhan konsumen saat terjadi masalah dalam penggunaan aplikasi, dan penambahan kualitas fitur yang diberikan dalam aplikasi sehingga akan bisa mendapatkan kepercayaan yang baik kepada konsumen yang kemudian bisa mempengaruhi keputusan dalam pembelian tiket di Tiket.com.

Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan peneliti-peneliti selanjutnya dengan menambah variabel-variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini dan

melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang lebih luas yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.