

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis Partial Least Square (PLS) mengenai keputusan pembelian atau keputusan penggunaan jasa Go-Jek di ITC BSD, maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna jasa Go-Jek di ITC BSD. Dengan demikian hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak melihat citra merek sebagai faktor penentu saat konsumen akan melakukan keputusan pembelian.
2. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna jasa Go-Jek di ITC BSD. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna jasa Go-Jek di ITC BSD. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 75 kuesioner yang dibagikan kepada 75 responden sehingga kesimpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner tersebut.
2. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan pengguna jasa Go-Jek di ITC BSD, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk keputusan pembelian atau keputusan penggunaan di daerah manapun.

3. Jumlah variabel yang digunakan terbatas hanya mencakup citra merek, kualitas layanan, harga dan keputusan pembelian. Sedangkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel citra merek.

5.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Perilaku keputusan pembelian merupakan salah satu penyebab yang dapat menaikkan penjualan dan pendapatan suatu perusahaan, maka untuk menaikkan keputusan pembelian atau penggunaan jasa sebaiknya perusahaan Go-Jek perlu menetapkan strategi dalam melakukan inovasi terhadap jasa yang ditawarkan, serta fasilitas yang diberikan dengan mudah digunakan, bermanfaat dan berkualitas. Sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan penjualan, seperti citra merek yang dibangun Go-Jek di masyarakat harus lebih ditingkatkan agar dapat lebih dipercaya masyarakat (konsumen).
2. Perusahaan Go-Jek sebaiknya melakukan penetapan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh semua konsumen serta harga tersebut sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diberikan. Selain itu, strategi Go-Jek untuk menarik para calon pembeli dengan memberikan penawaran harga yang menarik.
3. Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian atau keputusan penggunaan jasa dan menjadi faktor penentu selain harga untuk konsumen dalam melakukan keputusan pembelian atau keputusan penggunaan jasa. Maka dari itu, strategi Go-Jek yang perlu diperbaiki yaitu dalam penyampaian layanannya harus lebih berkualitas dibandingkan pesaingnya supaya para calon pembeli ingin memutuskan untuk menggunakan jasa atau melakukan pembelian.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel keputusan pembelian atau

keputusan penggunaan secara lebih mendalam untuk menambahkan kesempurnaan penelitian dalam bidang keputusan pembelian atau keputusan penggunaan jasa Go-Jek.

5. Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain selain variabel pada penelitian ini guna menyempurnakan penelitian.

