

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan terhadap permasalahan pengaruh gaya hidup, *word of mouth*, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada PegiPegi yang sudah diuraikan sebelumnya dengan menggunakan *partial least square* (PLS), maka ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian PegiPegi. Artinya aktivitas konsumen kurang memberikan dampak baik dalam menentukan tolak ukur keputusan pembelian jasa tiket dan penginapan di PegiPegi.

Selanjutnya, *word of mouth* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian PegiPegi, jadi artinya konsumen cukup memberikan kontribusi baik walaupun terkadang konsumen bingung atau bimbang dalam menentukan tolak ukur karena banyak hadir pesaing *online travel agent* yang juga menarik tetapi konsumen tetap memutuskan pembelian jasa tiket dan penginapan di PegiPegi. Terakhir kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian PegiPegi, berarti aktivitas konsumen sangat besar memberikan dampak dalam menjadi tolak ukur keputusan pembelian jasa tiket dan penginapan di PegiPegi. Hal ini karena pelayanan atau sikap dari pihak perusahaan ramah, sopan, dan menghargai konsumen, dimana memungkinkan konsumen menjadi pelanggan setia dan melakukan pembelian berulang dan didukung dengan penghargaan bergengsi yang diraih selama tahun 2019.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada hasil penelitian diatas yang dijalankan oleh peneliti memiliki beberapa keterbatasan atau kekurangan, beberapa keterbatasan atau kekurangan tersebut, sebagai berikut:

1. Munculnya pandemi COVID – 19 di Indonesia, membuat peneliti cukup sulit mendapatkan referensi buku dan jurnal atau teori pendukung dari

setiap variabel, karena harus tetap di rumah dan perpustakaan nasional tidak menerima kunjungan.

2. Cukup lama mendapatkan data responden dan mengumpulkan data jawaban dari responden, karena beberapa responden yang tidak mengisi atau lupa untuk mengisi.
3. Responden yang menjadi sampel sebanyak 75 responden, sehingga tidak dapat menjelaskan dan mempersentasikan lebih mendalam dan menyeluruh hasil penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan peneliti, sebagai berikut:

1. Peneliti memberikan saran kepada PegiPegi untuk melakukan survey minimal satu kali dalam setahun kepada konsumennya yang berkaitan dengan gaya hidup, review atau komentar konsumen tentang PegiPegi (termasuk dalam *word of mouth*), dan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini perlu dilakukan mengingat keputusan pembelian atau pemesanan sangat berarti bagi perusahaan. Terutama kualitas layanan yang diberikan optimal maka konsumen akan kembali melakukan pemesanan berulang, namun jika kualitas pelayanan menurun maka pemesana dan konsumen akan menurun. Tentunya hal ini akan berdampak pada perpindahan konsumen ke merek lain yang sejenis. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya kualitas pelayanan yang konsisten agar konsumen merasa puas dan tidak ragu dalam pemesanan
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengulik mengenai penelitian yang telah dibuat oleh peneliti diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel yang telah diambil oleh peneliti agar lebih bervariasi serta mengetahui pengaruh-pengaruh terhadap variabel terikat gaya hidup, *word of mouth*, kualitas layanan, dan keputusan pembelian secara lebih mendalam guna menambahkan akurasi dan kesempurnaan dalam penelitian yang akan kalian teliti.