

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini diantaranya: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tiket.com. Dengan demikian hal ini sesuai dengan hipotesis awal yang dibuat peneliti. Artinya harga yang diberikan Tiket.com sudah mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Selanjutnya Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tiket.com. Hal ini juga sesuai dengan hipotesis awal yang dibuat peneliti. Artinya promosi yang dilakukan Tiket.com telah mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Dan Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut bertolak belakang dengan hipotesis awal yang dibuat peneliti. Artinya gaya hidup tidak menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada Tiket.com.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dijalankan tentunya banyak keterbatasan yang dialami peneliti seperti berikut:

1. Karena merabaknya wabah Covid 19 dan kebijakan pemerintah tentang social distancing tidak memungkinkan peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden melainkan melalui google form.
2. Kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini hanya berdasarkan pada hasil jawaban kuesioner.

3. Keterbatasan waktu yang membuat peneliti sulit mendapatkan responden secara langsung karena ada beberapa responden yang tidak mau meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

V.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan sebelumnya, maka saran yang diberikan peneliti adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka dapat dikatakan harga berperan penting dan menjadi faktor penentu konsumen dalam melakukan pembelian maka Tiket.com perlu mengevaluasi strategi harga lebih baik lagi agar dapat meningkatkan keputusan pembelian lebih tinggi karena konsumen akan mencari dan mempertimbangkan harga terbaik sebelum melakukan pembelian.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel promosi, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka peneliti menyarankan kepada Tiket.com untuk meningkatkan promosi lebih baik dan kreatif lagi agar dapat menarik lebih banyak pelanggan. Serta lebih memperbanyak potongan harga dan diskon agar penjualan meningkat.
3. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan dapat meneliti lebih baik terkait penelitian variabel harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Tiket.com lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik. Kemudian dapat menambahkan variabel lain diluar variabel independen yang peneliti gunakan untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel keputusan pembelian lebih mendalam pada Tiket.com.