

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Tujuan dilakukannya analisa dan pengujian tidak lain adalah untuk menjawab perumusan masalah yang telah dijelaskan dalam penelitian ini. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, maka dilakukan analisis dan pembahasan seperti yang telah dipaparkan pada bab keempat dari laporan ini. Beberapa kesimpulan yang didapatkan atas penelitian ini yaitu:

1. Variabel kepuasan pelanggan atau *service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Tiket.com. Hal ini terbukti dari hasil analisa Uji T, dimana nilai signifikansi pengujian antara variabel kualitas pelayanan dan keputusan pembelian adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti kepuasan pelanggan atau *service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel harga atau *price* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Tiket.com. Hal ini terbukti dari hasil analisa Uji T, dimana nilai signifikansi pengujian antara variabel harga dan keputusan pembelian adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Variabel promosi atau *promotion* tidak ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Tiket.com. Hal ini terbukti dari hasil analisa Uji T, dimana nilai signifikansi pengujian antara variabel promosi dan keputusan pembelian adalah 0,104 lebih besar dari 0,05. Sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan dan Rekomendasi

5.2.1 Keterbatasan

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat keterbatasan- keterbatasan yang ditemukan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil uji *adjusted R square* terhadap model penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen hanya dapat menjelaskan variabel Keputusan pembelian sebesar 76,8% sedangkan 23,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.
2. 70.5% responden pada penelitian ini berumur antara 20-30 tahun, 7.1% responden berusia dibawah 20 tahun, sedangkan hanya terdapat 22.3% responden yang berusia diatas 30 tahun. Dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berumur antara 20 sampai dengan 30 tahun, sehingga hasil dari penelitian ini belum dapat mencerminkan keputusan pembelian pada seluruh usia secara merata.
3. Jawaban yang diberikan oleh para responden belum tentu menunjukkan keadaan yang sebenarnya.

4. Keterbatasan waktu mengakibatkan pembagian kuesioner hanya disebarikan melalui media sosial, sehingga pengawasan dan penjelasan kepada responden tidak dapat diberikan.
5. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya sejumlah 309 responden.

5.2.2 Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya adalah:

1. Variabel keputusan pembelian yang diteliti adalah pembelian tiket pesawat melalui Tiket.com. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan bidang yang diteliti menjadi lebih luas, tidak hanya tiket pesawat, namun dapat meneliti tentang pemesanan hotel maupun tiket masuk tempat wisata.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti kepuasan pelanggan, merek, dan kualitas *website*.
3. Peneliti selanjutnya disarankan menambah jumlah data yang akan digunakan sebagai sampel penelitian sehingga penelitian selanjutnya dapat menyajikan hasil yang lebih akurat.

5.3 Implikasi Manajerial

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat oleh konsumen *Tiket.com*. Sebaliknya, variabel promosi

tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui *Tiket.com*.

- a. Variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang mempengaruhi konsumen atas keputusan pembelian tiket pesawat melalui *Tiket.com*. Maka, disarankan kepada *Tiket.com* untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Karena, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen *Tiket.com*. Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk menjaga kualitas pelayanan yang prima adalah tata krama dari staf, ketepatan pelayanan, kemudahan yang ditawarkan, daya tanggap staf terhadap konsumen, kelengkapan fitur serta hubungan komunikasi yang baik dengan konsumen.
- b. Variabel harga memberikan kontribusi yang mempengaruhi konsumen atas keputusan pembelian tiket pesawat melalui *Tiket.com*. Maka, disarankan kepada *Tiket.com* untuk memperhatikan harga tiket pesawat yang ditawarkan. harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga yang dianggap terjangkau, sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen serta penawaran-penawaran yang diberikan.
- c. Variabel promosi tidak memberikan kontribusi yang mempengaruhi konsumen atas keputusan pembelian tiket pesawat melalui *Tiket.com*. oleh karena itu, peningkatan kegiatan promosi tidak disarankan pada *Tiket.com*, semata-mata karena variabel promosi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.