

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.
2. Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.
3. Kemudahan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.
4. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.
5. Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.
6. Kemudahan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.
7. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.
8. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.

9. Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.
10. Kemudahan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI.

Hasil tersebut memberikan gambaran yang menarik mengenai keterkaitan antara kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kemudahan transaksi, minat beli, dan keputusan pembelian dalam konteks tiket kereta api pada aplikasi Access By KAI, khususnya di kalangan mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Hasil analisis menegaskan bahwa kemudahan penggunaan dan kualitas informasi pada aplikasi Access By KAI memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tiket kereta api. Sementara itu, kemudahan transaksi tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Pada tahap keputusan pembelian, kualitas informasi memainkan peran penting dengan pengaruh positif dan signifikan, sementara kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. Namun, kemudahan transaksi tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Keseluruhan, temuan ini memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan aplikasi Access By KAI dengan menekankan pentingnya aspek kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan peran minat beli dalam membentuk keputusan pembelian tiket kereta api.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan sebaiknya fokus pada peningkatan antarmuka pengguna aplikasi Access By KAI untuk memastikan kemudahan penggunaan yang lebih baik dengan menyediakan panduan atau tutorial yang jelas bagi pengguna baru untuk meningkatkan navigasi dan interaksi dengan aplikasi.
2. Perusahaan bisa lebih meningkatkan akurasi dan kejelasan informasi yang disediakan dalam aplikasi Access By KAI, termasuk informasi mengenai jadwal, harga, dan fasilitas kereta api dengan mengintegrasikan mekanisme umpan balik pengguna untuk memperbaiki aspek-informasi yang perlu diperbarui atau diperbaiki.
3. Perusahaan sebaiknya memperbarui atau menyempurnakan fitur transaksi dalam aplikasi Access By KAI untuk memberikan pengalaman yang lebih efisien dan efektif bagi pengguna dengan menyediakan berbagai opsi pembayaran dan meminimalkan kendala teknis yang mungkin timbul selama proses transaksi.
4. Perusahaan bisa melakukan kampanye promosi yang lebih aktif dan terarah untuk meningkatkan minat beli pengguna terhadap tiket kereta api melalui aplikasi Access By KAI dengan mengenali pilihan dan kebutuhan pelanggan untuk menyusun promosi yang lebih personal dan menarik.

5. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan analisis lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat beli dan keputusan pembelian tiket kereta api. Pemilihan variabel psikologis dan emosional juga dapat diperluas untuk memperkuat peran minat beli sebagai variabel intervening. Analisis lanjutan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi Access By KAI.