

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis PLS untuk menguji pengaruh Keputusan Pembelian My Bluebird di Pangkalan Taksi Blue Bird Stasiun Gubeng Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Harga dapat memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian My Bluebird di Pangkalan Taksi Blue Bird Stasiun Gubeng Surabaya. Semakin tinggi pengaruh Persepsi Harga yang diterima terkait My Bluebird, maka Keputusan Pembelian My Bluebird akan semakin tinggi karena konsumen mampu mengartikan suatu harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas serta manfaat yang diterima saat menggunakan layanan jasa taksi My Bluebird di Pangkalan Taksi Stasiun Gubeng Surabaya.
2. Promosi Penjualan dapat memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian My Bluebird di Pangkalan Taksi Blue Bird Stasiun Gubeng Surabaya. Semakin tinggi Promosi Penjualan berupa *voucher* diskon yang diberikan kepada konsumen maka akan semakin tinggi pula ketertarikan konsumen untuk menggunakan layanan jasa taksi My Bluebird

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut:

1. My Bluebird diharapkan tetap memperhatikan penetapan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Karena komponen tersebut menjadi salah satu faktor bagi konsumen untuk menentukan pembelian moda transportasinya. Salah satu cara yang dapat dilakukan ialah menyesuaikan harga yang telah ditetapkan atau dibayarkan dengan menawarkan manfaat yang diberikan kepada konsumen seperti supir yang ramah dan memberikan solusi kepada konsumennya, menjaga kualitas armada untuk memberi rasa nyaman saat berkendara dan sistem aplikasi yang mudah digunakan sehingga harga yang dibayar sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen.
2. My Bluebird diharapkan dapat selalu meningkatkan Promosi Penjualan yang berupa potongan harga dalam perjalanan berupa *voucher* diskon yang disebarakan melalui media sosial. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah memberikan promosi penjualan berupa *voucher* diskon bagi pengguna baru yang belum pernah menggunakan My Bluebird dan intensitas promosi penjualan kepada pengguna yang sudah pernah menggunakan My Bluebird. Sehingga dengan adanya efektifitas promosi melalui media sosial akan

menjangkau pangsa pasar yang lebih besar dan ketertarikan konsumen untuk menggunakan layanan jasa taksi My Bluebird akan semakin meningkat.

3. Sebagai pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menggunakan variabel lain atau menambahkan variabel yang belum ditampilkan dalam penelitian ini yang diduga mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian seperti kualitas produk, *word mouth*, dan kepercayaan.