

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Mengacu pada hasil serta pembahasan penelitian yang dikerjakan sesuai dengan tujuan utama studi ini, yaitu mengevaluasi serta menganalisis pengaruh variabel Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian tiket kereta api oleh pengguna aplikasi Acces By KAI di Surabaya, maka dapat disimpulkan bahwasanya:

1. Secara parsial, variabel Harga terbukti memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada putusan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui aplikasi Acces By KAI di Surabaya.
2. Variabel Promosi juga menunjukkan dampak yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, yang berarti strategi promosi yang diterapkan turut mendorong minat pengguna dalam membeli tiket.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berkontribusi positif serta signifikan terhadap putusan konsumen, yang memperlihatkan bahwasannya bertambah baiknya pelayanan yang diberikan, bertambah pula kecenderungan pengguna untuk melakukan pembelian tiket.
4. secara simultan, ketiga variabel independen, yaitu Harga (X1), Promosi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel dependen, yakni Keputusan Pembelian (Y) tiket kereta api oleh pengguna aplikasi Acces By KAI di wilayah Surabaya.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dilakukan terdapat saran yang dapat dikembangkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Berikut saran yang dapat dikembangkan:

1. Penelitian ini diharapkan akan berdampak positif dan membangun dasar yang kuat untuk kemajuan ilmu pengetahuan sebagai praktik terkait pemasaran yang lebih sukses dan didukung secara ilmiah terkait dengan menerapkan pengaruh harga, promosi, dan kualitas layanan pada putusan pembeli.
2. Penelitian ini mampu dijadikan fondasi bagi para peneliti yang akan mengerjakan penelitian lanjutan tentang keputusan pembelian dengan mempertimbangkan variabel tambahan yang mungkin lebih relevan dengan masalah lain yang terkait dengan bisnis. atau bahkan faktor dari luar, seperti aturan pemerintah dan keadaan pasar. Selanjutnya, temuan dari studi ini berpotensi menjadi acuan bagi riset-riset di masa depan. Karena ada banyak variabel tambahan yang dapat mempengaruhi variabel penelitian ini, diharapkan peneliti selanjutnya dapat membuat dan mengubah model variabel.
3. Penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus selalu mempertimbangkan harga, promosi, dan pelayanan agar konsumen tidak ragu untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Hasil penelitian memperlihatkan bahwasannya harga, promosi serta kualitas layanan berpengaruh terhadap putusan pembeli. Maka dari itu, PT. KAI harus mempertahankan kualitas pelayanan yang telah diberikan ini dan terus berinovasi serta memberikan harga jual yang sesuai untuk membuat konsumen percaya pada layanan yang akan mereka gunakan.
4. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak lain, seperti lembaga dan organisasi. Penelitian ini mampu dibuat sebagai dasar guna mengembangkan kebijakan atau program terkait pemasaran yang membantu meningkatkan pembelian. Studi ini berfokus pada biaya, promosi, dan kualitas pelayanan yang mendorong terjadinya keputusan pembelian sehingga pembaca dapat menggunakan temuan ini sebagai pengetahuan dan referensi khususnya bagi para mahasiswa, akademisi, dan praktisi