

BAB IV

PENUTUP

Pada bab IV ini akan disajikan kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh kemudahan akses dan diskon terhadap keputusan pembelian dan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Tiket.com maupun bagi penelitian selanjutnya.

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian terhadap 156 responden berkaitan dengan pengaruh kemudahan akses dan diskon terhadap keputusan pembelian pada Tiket.com, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *kemudahan akses* (X1) memiliki pengaruh terhadap *keputusan pembelian* (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah kemudahan yang ditawarkan maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya pada perilaku *keputusan pembelian*. Hasil koefisien korelasi antara variabel *kemudahan akses* (X1) dan variabel *keputusan pembelian* (Y) adalah sebesar 0,461 yang berarti variabel *kemudahan akses* memiliki pengaruh yang sedang terhadap *keputusan pembelian* dan hasil koefisien determinasi yaitu sebesar 21,3% yang berarti bahwa 21,3% *keputusan pembelian pada situs online Tiket.com* dipengaruhi oleh *kemudahan akses*, sedangkan sisanya sebesar 78,7% dijelaskan oleh variabel lain, selain variabel *kemudahan akses*.

2. Variabel *diskon* (X2) memiliki pengaruh terhadap *keputusan pembelian* (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin menarik *diskon* maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya pada *keputusan pembelian*. Hasil koefisien korelasi antara variabel *diskon* (X2) dan variabel *keputusan pembelian* (Y) adalah sebesar 0,596 yang berarti variabel *diskon* memiliki pengaruh yang sedang terhadap *keputusan pembelian* dan hasil koefisien determinasi yaitu sebesar 35,5% yang berarti bahwa 35,5% *keputusan pembelian pada situs online Tiket.com* dipengaruhi oleh *diskon*, sedangkan sisanya sebesar 64,5% dijelaskan oleh variabel lain, selain variabel *diskon*.
3. Variabel *kemudahan akses* (X1) dan *diskon* (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap *keputusan pembelian* (Y) pada situs online Tiket.com dengan nilai koefisien regresi dari variabel *kemudahan akses* sebesar 0,461 yang berarti jika terjadi peningkatan pada variabel *kemudahan akses* maka penilaian responden terhadap *keputusan pembelian* juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,461 dan nilai koefisien regresi *diskon* adalah sebesar 0,596 yang berarti jika terjadi peningkatan pada variabel *diskon*, maka penilaian responden terhadap *keputusan pembelian* juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,596. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa semakin mudah *kemudahan akses* dan semakin menarik *diskon* maka akan semakin meningkat pula *keputusan pembelian pada situs online Tiket.com*. Selain itu, hasil koefisien determinasi yaitu sebesar 43,8% yang berarti variabel *kemudahan akses dan diskon* secara bersama-sama berpengaruh pada *keputusan pembelian pada situs online Tiket.com sebesar 43,8 %*

4.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden yang terdapat pada bab III, saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Tiket.com harus memperhatikan dan meningkatkan diskon yang diberikan agar lebih menarik banyak pengguna. Dari segi rentang waktu pemberian diskon yang diberikan, dari jenis layanan apa saja yang memberikan diskon, dan seberapa besar diskon yang diberikan oleh Tiket.com untuk selalu memuaskan penggunanya.
2. Tiket.com juga harus meningkatkan kemudahan dalam mengakses situs Tiket.com, melalui berbagai perangkat seperti handphone, laptop, pc ataupun tablet. Kemudahan untuk mengakses dimana saja dan kapanpun waktunya. Selain itu, yang perlu diperhatikan adalah alur penempatan informasi navigasi pada Tiket.com yang mudah dipahami pengguna dalam sekali akses.
3. Tiket.com perlu memperhatikan pemasaran layanannya kepada konsumen, agar eksistensinya terus meningkat. Bisa melalui online advertising, video advertising atau endorse menggunakan artis papan atas, maupun strategi yang lain. Pada intinya, agar Tiket.com semakin dikenal khalayak.