

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan studi lapangan dengan menyebarkan kuisioner kepada 130 konsumen Traveloka di Kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara *online* di Traveloka. Untuk menganalisis hubungan antara variabel, penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 16.0.

Dari pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya untuk menjawab rumusan masalah, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan adanya hubungan yang positif dan pengaruh signifikan antara kepercayaan dan keputusan pembelian tiket pesawat secara *online* oleh konsumen Traveloka di kota Padang. Hal ini menunjukkan kepercayaan konsumen terhadap *e-commerce* maka akan mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen untuk bertransaksi secara *online*. Artinya konsumen melakukan transaksi pembeliannya di Traveloka karena mereka yakin bahwa Traveloka merupakan *e-commerce* yang terpercaya untuk pembelian tiket pesawat secara *online*.
2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan pengaruh tidak signifikan antara kemudahan dan keputusan pembelian tiket pesawat secara *online* oleh konsumen Traveloka di kota

Padang. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan konsumen terhadap *e-commerce* maka tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen untuk bertransaksi secara *online*. Artinya tujuan situs web/ Aplikasi Traveloka memudahkan konsumen untuk berbelanja dan melakukan transaksi tidak selalu mempengaruhi keputusan pembelian *online*.

3. Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan pengaruh signifikan antara kualitas informasi dan keputusan pembelian tiket pesawat secara *online* oleh konsumen Traveloka di kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi yang diberikan *e-commerce* kepada konsumen mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan untuk bertransaksi secara *online*. Artinya konsumen melakukan transaksi pembelianya di Traveloka karena konsumen merasa informasi yang diberikan Traveloka sudah mampu memenuhi harapan konsumen.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen khususnya terhadap keputusan pembelian. Dari penelitian ini kita bisa melihat beberapa variabel yang mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diantaranya adalah kepercayaan dan kualitas informasi.

2. Bagi Praktisi

Bagi pihak Traveloka penelitian ini dapat dijadikan salah satu pertimbangan dan sumber informasi untuk bahan evaluasi bahwa dalam membangun keputusan pembelian *online* perusahaan juga perlu memperhatikan kepercayaan dari konsumen, kemudahan dan kualitas informasi yang diberikan kepada konsumen. Dapat dilihat dari hasil penelitian tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan dalam kategori tinggi yang mana mayoritas responden menjawab setuju maka dapat disimpulkan bahwa konsumen Traveloka di kota Padang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap Traveloka, maka sebaliknya Traveloka tetap menjaga kredibilitas perusahaan yang baik dengan beberapa cara yaitu menjaga keamanan privasi pribadi konsumennya agar tidak diketahui orang lain, menepati janji yang diberikan kepada konsumen seperti ketika konsumen meminta pengembalian dana (refund) saat terjadi pembatalan tiket yang telah dipesan, dan lain-lain

Berdasarkan hasil tanggapan responden yang telah diteliti terhadap variabel kemudahan berada dalam kategori tinggi yang mana mayoritas responden menjawab setuju, hal ini menunjukkan bahwa konsumen Traveloka di kota padang merasakan kemudahan dalam melakukan transaksinya di situs web atau melalui Aplikasi Traveloka. Kemudahan yang dirasakan konsumen saat melakukan transaksinya di Traveloka yang paling tinggi adalah proses pemesanan tiket pesawat pada situs web/ Aplikasi Traveloka mudah dipelajari dimana konsumen tidak terlalu kesulitan saat proses pemesanan tiket yang dicarinya.

Selain itu, berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas informasi juga berada dalam kategori tinggi yang mana mayoritas masyarakat kota Padang menjawab setuju atas pernyataan yang diberikan, hal ini menunjukkan bahwa Traveloka sudah mampu memenuhi harapan konsumen yang membutuhkan informasi untuk melakukan proses transaksi pembelian.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengamatan peneliti selama melakukan penelitian ini, dari peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan yang akan mempengaruhi hasil dari penelitian ini, sehingga penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna. Oleh karena itu, diharapkan kepada peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan topik yang sama dapat lebih baik memperhatikan keterbatasan-keterbatasan yang ada agar mampu memberikan hasil yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

Berikut keterbatasan dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini hanya menganalisis 3 variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* yaitu kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi.. Namun dari hasil yang didapat ketiga faktor tersebut hanya mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 41,8% yang berarti 58,2% ada variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian namun belum dibahas didalam penelitian ini.

2. Data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas, karena hanya menggunakan data kuantitatif dan kuisisioner yang diisi oleh responden yang sesuai kriteria yaitu konsumen Traveloka di kota Padang dan pernah melakukan transaksi pembelian tiket pesawat.
3. Jumlah responden yang digunakan oleh peneliti terbatas, yaitu hanya sebanyak 130 orang, sehingga belum menggambarkan keseluruhan konsumen yang melakukan keputusan pembelian terhadap Traveloka.
4. Objek yang diteliti hanya salah satu dari begitu banyak *e-commerce* yang ada di Indonesia yaitu Traveloka. Sehingga belum bisa untuk memberikan gambaran secara keseluruhan terhadap *e-commerce* lainnya.

5.4 Saran

- 1) Untuk penelitian selanjutnya

Berikut adalah saran bagi akademisi yang akan melakukan penelitian selanjutnya :

1. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti kualitas layanan, persepsi harga, keamanan, dan sebagainya.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas dan memperbanyak sumber data, tidak hanya data kuantitatif dari kuisisioner, namun juga menambahkan data yang diperoleh dari metode lainnya seperti wawancara dan sebagainya.

3. Diharapkan peneliti selanjutnya agar lebih memfokuskan sampel penelitiannya pada Generasi Z (kaum milenial), karena mereka lebih banyak melakukan transaksi pembelian secara *online*.
4. Diharapkan peneliti selanjutnya lebih baik melakukan penyebaran kuisisioner secara langsung kepada responden, karena menggunakan *google form* tidak adanya kontrol terhadap penyebaran kuisisioner sehingga peneliti tidak mengetahui berapa kuisisioner yang tidak diisi responden.
5. Diharapkan peneliti selanjutnya lebih berhati-hati dalam teknik penyebaran sampel.
6. Diharapkan peneliti selanjutnya menambahkan karakteristik responden tentang siapa yang membelikan tiket pesawat dan kapan terakhir kali membelinya.

2) Untuk Perusahaan Traveloka

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam kuisisioner yang disebar oleh peneliti, konsumen Traveloka yang ada di Kota Padang didominasi oleh generasi Z, responden menyaran agar Traveloka lebih banyak memberikan promo dan diskon tiket pesawat, sehingga dengan begitu dapat meningkatkan transaksi pembelian yang dilakukan konsumen dan meningkatkan penjualan pada Traveloka sendiri.