

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji F (simultan) menyatakan variabel harga (X_1) dan variabel promosi (X_2), semua variabel ini mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Dengan $df_1 = 2$, $df_2 = 93$, hasil F_{tabel} diperoleh sebesar 3,09. Berdasarkan hasil analisis nilai F_{hitung} sebesar 52,650 dimana nilai lebih besar dari F_{tabel} 3,09 ($52,650 > 3,09$) dan nilai signifikansi F adalah sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 atau $(\alpha) = 5\%$ ($0,000 < 0,05$) Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Berdasarkan hasil uji T (parsial) menyatakan bahwa dari hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat diketahui dari variabel harga (X_1), diperoleh dari hasil $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,304 > 1,66140$) dengan nilai sig. $0,0235 < (\alpha) 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel harga secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin memilih transportasi *online* Grab. Variabel promosi (X_2),

diperoleh dari hasil $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($7,522 > 1.66140$) dengan nilai sig. $0,0000 < (\alpha) 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Variabel yang berpengaruh dominan dalam hipotesis yang dilakukan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel promosi (X_2). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Standardized Coefficients Beta* kontribusi variabel promosi (X_2) sebesar 61,6 %.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi transportasi *online* Grab

Dari hasil pembahasan yang menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin memilih transportasi *online* Grab. Grab diharapkan tetap menjaga dan meningkatkan secara keutuhan kredibilitas yang selama ini cukup baik, selalu melakukan peninjauan terkait harga pasar pesaing dengan berupaya memberikan taraf yang lebih rendah namun tetap memperhatikan batasan harga yang telah diatur pemerintah dan lebih sering memberikan promo kepada pengguna Grab agar menarik konsumen untuk menggunakan Grab.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penulis berharap untuk peneliti selanjutnya melihat banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini dengan menambah variabel lain yang tidak

termuat dalam penelitian ini karena harga dan promosi terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin memilih transportasi *online* Grab sebesar 46,9 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk dan lain sebagainya yang memengaruhi keputusan pembelian.

