

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui variabel-variabel apa saja yang memengaruhi dan variabel apa yang paling dominan menentukan keputusan pembelian konsumen jasa ojek online Grabbike di Kota Banjarmasin. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang didapatkan pada variabel-variabel yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen jasa ojek online Grabbike di Kota Banjarmasin. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel kualitas layanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar 25,956 di mana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,70 ($25,956 > 2,70$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,10 ($0,000 < 0,10$). Hasil analisis data ini menunjukkan bahwa 44,8% kualitas layanan, harga, dan promosi dapat dijelaskan oleh keputusan pembelian. Sedangkan sisanya 55,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Secara parsial menunjukkan bahwa semua variabel yang berpengaruh signifikansi secara parsial terhadap keputusan pembelian yaitu variabel

kualitas layanan, harga, dan promosi. Untuk variabel kualitas layanan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2.802 > 1.984$) atau nilai sig. $< \alpha$ ($0,006 < 0,05$). Untuk variabel harga nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2.365 > 1.984$) atau nilai sig. $< \alpha$ ($0,020 < 0,05$). Untuk variabel promosi nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2.454 > 1.984$) atau nilai sig. $< \alpha$ ($0,016 < 0,05$). Dengan demikian ketiga variabel tersebut menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Dalam hasil pembahasan menyebutkan bahwa yang memengaruhi terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu kualitas layanan (X_1), harga (X_2), promosi (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ojek online Grabbike di Kota Banjarmasin. Maka diharapkan memperhatikan variabel tersebut agar menarik para konsumen lebih banyak lagi atau dengan memperbaharunya dengan sesuatu yang baru untuk menarik hati konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali dimensi atau variabel lainnya dan juga dapat membandingkan jasa ojek online lainnya yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen jasa ojek online Grabbike di Kota Banjarmasin. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melengkapi teori-teori pemasaran maupun jurnal-jurnal yang lebih baru agar dapat memperbaharui teori yang telah digunakan dalam penelitian ini.