

BAB V SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT Gresik Graha Wisata *Tour and Travel*.
2. Promosi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT Gresik Graha Wisata *Tour and Travel*.
3. Kualitas Pelayanan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT Gresik Graha Wisata *Tour and Travel*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan simpulan penelitian, maka saran-saran dari peneliti yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Aspek Manajerial

1. Pada Penetapan Harga.
 - a. Adanya pengaruh signifikan dan positif antara Harga terhadap Keputusan Pembelian, maka manajemen PT. Gresik Graha Wisata harus mampu menjaga dan memahami kondisi lingkungan sekitar karena sangat erat dengan adanya penentuan harga jual jasa-jasa yang disediakan perusahaan.

- b. Dalam penetapan harga perusahaan harus mampu menyesuaikan antara harga jasa yang disediakan dengan pendapatan konsumen hal ini bisa menjadi daya tarik seorang konsumen dalam membeli jasa perusahaan.
 - c. Perusahaan juga harus mempertimbangkan antara kesesuaian harga dengan kualitas jasa yang diberikan dan juga kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan. Karena konsumen akan merasa puas dan tidak dirugikan apabila uang yang mereka keluarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan.
 - d. Selain itu, harga yang ditawarkan perusahaan harus cukup kompetitif dibanding perusahaan *tour and travel* lainnya sebab hal tersebut akan menjadi ketertarikan sendiri bagi konsumen.
2. Pada Promosi.
- a. Adanya pengaruh signifikan dan positif antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian, maka manajemen PT. Gresik Graha Wisata harus mampu mempengaruhi dan menstimulasi pelanggan melalui kegiatan promosi penjualan (*sales promotion*) agar konsumen melakukan keputusan pembelian pada jasa-jasa yang disediakan perusahaan.
 - b. Membuat tawaran menarik agar konsumen tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai jasa yang ditawarkan perusahaan. Misalnya menawarkan layanan-layanan ekstra seperti pelanggan dapat memilih tempat duduk (*sheet*) dalam pesawat, kapal, atau kereta api.

- c. Untuk mengenalkan jasa yang disediakan perusahaan maka PT. Gresik Graha Wisata harus sering mengadakan *event-event* diberbagai kesempatan.
- d. Pada era internet seperti sekarang media website sering dipilih sebagian orang untuk mencari informasi mengenai jasa yang disediakan perusahaan. Oleh sebab itu website perusahaan harus berisikan informasi yang lengkap dan selalu *update*. Informasi tersebut diantaranya adalah profil perusahaan, macam-macam jasa yang disediakan, promosi, layanan *chatting online*, dan lain sebagainya. Selain menggunakan website, brosur juga dapat disediakan untuk memberi informasi secara cetak pada konsumen.
- e. Seluruh kegiatan promosi dari perusahaan harus sering dilakukan agar konsumen tetap ingat akan jasa perusahaan dan menstimulasi konsumen untuk membeli jasa perusahaan.

3. Pada Kualitas Pelayanan.

Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian serta memiliki pengaruh terbesar dibandingkan dengan variabel Harga dan Promosi. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien regresinya yaitu sebesar 0,494. Pengaruh yang signifikan dan positif ini dikarenakan PT. Gresik Graha Wisata memiliki kualitas pelayanan yang baik pada lima dimensi kualitas pelayanannya, seperti Reliabilitas (*Reliability*) yakni kemampuan memberi ketepatan jadwal penerbangan maupun jadwal lainnya, Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu pegawai

memberi tanggapan yang baik terhadap keluhan konsumen, Jaminan (*Assurance*) yaitu perusahaan memberi jaminan apabila terjadi kesalahan/kecelakaan pada hasil kinerja perusahaan, Empati (*Empathy*) yaitu perusahaan memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan, dan Bukti fisik (*Tangibles*) yaitu pakaian seragam pegawai bersih dan rapi serta sarana komunikasi yang digunakan canggih dan cepat ditanggapi pegawai. Maka, manajemen PT. Gresik Graha Wisata harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dalam lima dimensi tersebut kepada pengguna jasa. Untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik maka perlu dibina hubungan yang erat antar perusahaan, dalam hal ini adalah karyawan dan pemakai jasa tersebut. Dengan demikian maka kualitas merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya. Namun, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti *brand image*, perilaku konsumen, kepuasan konsumen, dan lain-lain.