

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel (X_1) fitur produk tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian menggunakan Go-Pay.
2. Variabel (X_2) nama merek berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian menggunakan Go-Pay.
3. Variabel (X_3) pengaruh sosial berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian menggunakan Go-Pay.
4. Variabel (X_5) kualitas produk berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian menggunakan Go-Pay.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan penelitian, maka rekomendasi peneliti dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Perusahaan Go-Jek harus dapat meningkatkan penjualannya agar dapat menyaingi vendor yang sudah lama berdiri dan mempunyai *market share* yang tinggi. Untuk meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan meningkatkan atau memperbaiki faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, antara lain:

1) Faktor Nama Merek

Perusahaan Go-Jek disarankan untuk menguatkan nama merek Go-Pay dengan cara intens mengiklankan produknya di berbagai media dan meningkatkan nilai produknya, agar masyarakat mempunyai kelayakan dan kesan yang positif.

2) Faktor Pengaruh Sosial

Dalam faktor pengaruh sosial perusahaan disarankan untuk membuat komunitas pengguna transaksi Go-Pay di pasar yang dituju, sehingga dapat meningkatkan pembelian.

3) Faktor Kualitas Produk

Perusahaan Go-Jek disarankan harus lebih meningkatkan kualitas produknya dari segi keamanan, keefektifan dan pengoperasiannya, Sehingga dapat meningkatkan penjualannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan tentang variabel yang diteliti dan juga referensi.

2) Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel bebas yang lain karena di dalam penelitian ini keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh faktor lain sebanyak 48,3 %.

3) Peneliti selanjutnya direkomendasikan tetap menggunakan variabel fitur produk dengan teknik analisis lain, yaitu menggunakan analisis jalur. Fitur produk berpengaruh pada Keputusan Pembelian melalui Kualitas Produk.