

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis peroleh pada bab sebelumnya, maka penulis dapat membuat kesimpulan dan saran yang bersifat membangun untuk para pengguna kereta api berbasis KAI *Access* supaya nantinya dapat berguna untuk masa yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat membuat kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai koefisien determinasi keseluruhan (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,923 dengan demikian variabel terikat keputusan pembelian dipengaruhi oleh tiga variabel bebas yaitu faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor sosial sebesar 92,3% persen dan sisanya 9,7% persen dipengaruhi faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini. Berdasarkan uji F nilai F_{hitung} sebesar 155.988 dan signifikansi sebesar 0,000. Terdapat pengaruh yang signifikan antara, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap variabel keputusan pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Aplikasi KAI *Access*.
2. Uji t atau uji secara parsial, dari uji t terlihat faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor sosial secara individu (parsial) memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian produk Tiket Kereta Api Berbasis Aplikasi KAI *Access*. Berdasarkan nilai pada uji t pula pada kolom nilai *beta* (koefisien regresi) maka didapatkan pengaruh tertinggi dimiliki oleh faktor pribadi sebesar 1,095 atau 100,97%. Adapun faktor dengan pengaruh ter-rendah ialah faktor sosial sebesar 0,234 atau 23,4%.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh terhadap keputusan pembelian berbasis KAI *Access*, maka penulis dapat memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam melakukan usaha untuk meningkatkan keputusan pembelian tiket kereta api dengan menggunakan aplikasi KAI *Access*, maka perusahaan perlu mempertahankan kualitas sistem, fitur-fitur yang mempermudah agar konsumen akan terus melakukan pembelian tiket secara terus-menerus. Kualitas sistem, fitur-fitur juga akan membuat konsumen memberikan rekomendasi atau informasi kepada calon konsumen baru supaya tertarik untuk melakukan pembelian tiket kereta melalui aplikasi KAI *Access*.
2. Faktor pribadi yang terkuat dibandingkan dengan, faktor psikologis dan faktor sosial Hal ini ditunjukkan oleh koefisien faktor pribadi yang paling besar dibandingkan dengan koefisien faktor lainnya dengan indikator usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, situasional dan tingkat keterlibatan.