

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah diolah dan dianalisis, dapat disimpulkan bahwa usia yang paling dominan pada penelitian ini ialah responden yang berusia 21 sampai 25 tahun, jenis kelamin yang dominan ialah wanita, produk atau layanan yang paling sering dibeli oleh responden adalah *booking* hotel, dan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian *online travel agent* melalui aplikasi mobile booking *traveloka.com* adalah faktor kemudahan dengan persentase 14.6 % dari jumlah frekuensi dan 100 % dari jumlah responden yang diteliti. Faktor kedua yang berpengaruh adalah faktor keamanan. Faktor keamanan memiliki persentase 12.9 % dari jumlah frekuensi dan 88.6% dari jumlah responden yang diteliti.

Faktor kemudahan merupakan faktor paling dominan dalam penelitian ini dikarenakan konsumen akan lebih senang dan merasa puas jika melakukan segala sesuatu dengan mudah seperti mudah dalam mengakses, mudah dalam mencari dan mengumpulkan informasi, mudah dalam proses transaksi pembelian atau pembayaran. Dari tiga indikator dalam faktor kemudahan, indikator kemudahan untuk membelilah yang paling dominan, yaitu kemudahan untuk mengisi formulir pembelian, membeli produk, melakukan pembayaran ataupun kemudahan melakukan pembatalan. Faktor yang kedua ada faktor

keamanan. Faktor keamanan di traveloka lebih terjamin, karena menurut responden belum pernah ada kasus pembobolan sistem traveloka, untuk pembayaran melalui kartu kredit traveloka lebih *safety* dengan setiap kali kita melakukan transaksi melalui kartu kredit, data kartu kredit tidak akan bocor ke orang lain karena diubah dengan kode acak yang mustahil untuk dibaca, dan setelah pemesanan dilakukan kostumer diminta kode konfirmasi *credit card* sesuai registrasi nomor *handphone* yang telah terdaftar di *credit card* tersebut.

Pada saat ini kemudahan dan keamanan yang terjamin menjadi kunci utama yang mempengaruhi keputusan pembelian online *travel agent*, hal tersebutlah yang membuat traveloka.com digemari oleh masyarakat karena penggunaannya mudah dan keamanan yang lebih terjamin. Banyak online *travel agent* lain yang mungkin harga lebih murah dan promo lebih banyak dibandingkan traveloka.com, tapi masyarakat jaman sekarang untuk produk virtual atau online *travel agent* lebih mengutamakan keamanan.

5.2 Saran

Saran yang dapat dibagikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat memperbesar lingkup sampel tidak hanya 35 responden atau mengganti metode dalam menentukan jumlah sampel karena dalam penelitian ini metode pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* karena tidak diketahui secara pasti jumlah populasinya dan mungkin bisa memperluas cakupan dalam pengambilan sampel tidak hanya di Kota Semarang saja, karena

semakin banyak responden yang diteliti maka hasil yang didapat akan semakin bagus dan akurat.

2. Untuk peneliti selanjutnya dapat memperhatikan kriteria dalam menentukan responden, seperti umur, jenis kelamin dan pekerjaan dapat lebih proporsional jumlahnya atau sama rata.
3. Untuk pihak traveloka dapat mempertahankan kualitasnya dalam hal memberikan banyak promo, keamanan, kualitas layanan, kualitas informasi, dan terus menjaga keamanan serta kepercayaan dari konsumen dan terus berinovasi supaya bisa berkompetitif terhadap perkembangan zaman dan dari *e-commerce* yang sejenis.

5.3. Keterbatasan penelitian

pada penelitian ini memiliki keterbatasan seperti berikut :

1. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, peneliti menggunakan metode ini karena tidak diketahui secara pasti jumlah populasinya.
2. Teknik penentuan jumlah sampel, penentuan narasumber atau responden pada penelitian ini adalah menggunakan *judgment sampling*. Jumlah 35 responden dan lingkup sampel hanya warga yang berdomisili di Kota Semarang yang sudah pernah menggunakan aplikasi *mobile booking* traveloka.com.