



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data pengujian hipotesis dan pembahasan maka simpulan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh *sales promotion* (dalam bentuk *bundling voucher subscription*) terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Grab pada generasi milenial di Jakarta. Hal ini ditunjukkan dari uji Sig. pada tabel korelasi dari hasil uji regresi linier sederhana, menunjukkan angka adalah 0,00 dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya, terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b. Besarnya pengaruh *sales promotion* (dalam bentuk *bundling voucher subscription*) terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Grab pada generasi milenial di Jakarta adalah sebesar 34,4% dan sisanya sebesar 64,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti kelas ekonomi yang kurang sesuai dengan penawaran, pemilihan daerah yang kurang tepat, penawaran *bundling voucher subscription* yang kurang tepat atau kurang sesuai dengan kebutuhan penggunanya, pemberian *sales promotion* yang dilakukan bersamaan, penawaran sejenis yang lebih menarik oleh kompetitor, atau hal lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal ini ditunjukkan lewat angka pada *Rsquare* dari uji regresi linier sederhana.

5.2 SARAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan kesimpulan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademisnya adalah diharapkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat memperkaya informasi dan data mengenai *sales promotion*, khususnya pada kajian *bundling voucher subscription* dengan pendekatan kualitatif. Selanjutnya disarankan untuk memperluas jangkauan dari subjek maupun objek penelitian agar data yang diperoleh lebih mendalam dan beragam, pencarian sampel juga diperbanyak (dengan margin error di bawah 5%) agar lebih akurat sehingga hasilnya dapat memberikan simpulan penelitian yang lebih berbobot dan akurat

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan analisa dari data penelitian, maka terdapat saran praktis yang diberikan, antara lain:

1. Kepada pihak Grab untuk lebih memerhatikan antara penawaran (baik syarat & ketentuan, durasi, kuantitas, ataupun kualitas) dengan kebutuhan dari *target* marketnya, terutama berdasarkan data dari pernyataan variabel X pada dimensi Ketepatan/Kesesuaian promosi yang menunjukkan hasil yang rendah, terutama bagian pernyataan *sales promotion* lainnya (kode unik dan *redeem point*) sehingga kecenderungan orang akan memilih yang lebih menguntungkan.

2. Kepada pihak Grab harus mempertimbangkan keberadaan kompetitor yang juga memiliki penawaran *bundling voucher subscription* yang sama. Maka dari itu, harus dibuat pembeda yang menarik sehingga mendorong penggunaanya untuk memilih Grab dibanding kompetitor.
3. Kepada pihak Grab untuk memperluas taktik pendekatan seperti perihal harga, layanan, citra merek, kepuasan pelanggan, dan tidak menjadikan *sales promotion* menjadi satu – satu nya pendekatan untuk meningkatkan keputusan pembelian.