

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengiklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tiket Pesawat online Traveloka pada masyarakat Kota Kupang.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tiket Pesawat online Traveloka pada masyarakat Kota Kupang.

#### **5.2 Implikasi Teoritis**

Teori pertama yang digunakan adalah teori Kotler dan Keller, 2013. Hasil penelitian saya mendukung teori yang disampaikan oleh ahli tersebut. Kemudian penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faisal Gumaeri, Rina Maria (2022).

Teori kedua yang digunakan adalah Mowen dan Minor, 2012: 83. Hasil penelitian saya mendukung teori yang disampaikan oleh ahli tersebut. Kemudian penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kemala mustafa, Ana Noor Andriana (2023).

### **5.3 Implikasi Terapan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut :

1. Dengan diketahui bahwa variabel pengiklanan pada Traveloka berada di kategori tinggi dan terlihat bahwa semua indikator variabel pengiklanan memiliki nilai indeks yang tinggi maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan.
2. Dengan diketahui bahwa variabel kualitas layanan pada Traveloka berada di kategori tinggi dan terlihat bahwa semua indikator variabel kualitas layanan memiliki nilai indeks yang tinggi maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan.
3. Bagi peneliti lanjutan, disarankan agar meneliti lebih jauh lagi tentang indikator keputusan pembelian pada indikator jumlah pembelian, karena memiliki nilai indeks dalam kategori sedang dan memiliki nilai regresi rendah.