

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Traveloka tidak berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap minat beli masyarakat Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,815 > 1,679$), dan signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,076 > 0,05$), tetapi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat Yogyakarta. Hal ini dibuktikan nilai signifikansi 0,046 lebih kecil dari 0,05 ($0,046 < 0,05$).
2. Variabel Traveloka merupakan media online yang dominan mempengaruhi minat beli masyarakat Yogyakarta dengan nilai koefisien regresi (*beta*) yang sudah di standarisasi paling besar adalah Traveloka (0,300). Dengan demikian, Traveloka sebagai media *online* mempunyai pengaruh dominan terhadap minat beli dibandingkan dengan media online lainnya seperti Booking.com (0,163), Agoda (0,150), dan PegiPegi (0,018).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Pengelola Pemerintahan Desa Caturtunggal

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa media online Traveloka merupakan media online yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat Yogyakarta, oleh karena itu pemerintahan Desa Caturtunggal dan masyarakat sekitar disarankan untuk melakukan proses pemesanan dengan media *online* Traveloka yang memiliki keunggulan dalam proses transaksi pembayaran yang bermacam-macam, bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam hal pembayaran produk/jasa yang akan dibeli juga pelayanan pengaduan untuk keluhan yang cepat responsif kepada pengguna.

Juga lebih memahami syarat dan ketentuan yang berlaku dalam prosedur yang telah ditentukan oleh pihak penyedia media *online* untuk menghindari adanya kesalahan proses penggunaan transaksi pemesanan sampai proses penerimaan barang/jasa dan dengan pemahaman yang lebih baik, dapat mengurangi citra yang kurang baik dimata khalayak umum sebelumnya dengan memberikan kesan yang baik dan pengalaman baru yang lebih menarik.

2. Bagi Penelitian ini, minat beli masyarakat Yogyakarta terhadap pememsanan kamar berbasis *online* terdorong dengan citra/nama baik suatu merek, yaitu Traveloka yang memiliki respon pengaduan yang cepat, pemilihan jenis kamar yang bervariasi, dan jenis media pembayaran yang dapat dijangkau masyarakat menengah kebawah

memudahkan konsumen/ calon pembeli tertarik untuk melakukan pemesanan kamar dalam media *online*. Untuk itu, bagi pihak terkait sangat perlu untuk meningkatkan penggunaan jenis pembayaran yang bervariasi, keamanan akun pengguna situs/aplikasi media online tersebut dapat ditingkatkan, serta sistem keamanan transaksi pembayaran yang terjamin dapat meningkatkan loyalitas pengguna akun media *online* untuk terus melakukan pemesanan kamar berbasis online kembali dan selanjutnya.

3. Bagi Penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor media sosial lainnya lainnya, yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat Yogyakarta, misalnya : faktor dari tingkat pendidikan, status sosial, emosi/perasaan pengguna akun atau *user*, hobi, situasi tidak terduga, dan sikap terhadap orang lain.

Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti minat beli masyarakat, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada kuesioner yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul, Syani, 2012, *Sosiologi Sistematis, teori dan terapan*, Jakarta : Bumi Akasara
- Abdullah, Thamrin, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT. Rajawali Pers
- Ashadi, Siregar, 2005, *Menyikapi Media Sosial Penyiaran*, Yogyakarta : PT. LP3Y
- Basu Swastha, Dan, Irawan, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty
- Bilson, Simamora, 2002, *Panduan riset perilaku konsumen*, Surabaya : Pustaka Utama
- Durianto, Sugiarto,dkk. 2003, *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*, Jakarta : Gramedia Pustaka
- Eni, Rahmawatie, 2012, *Perilaku Hidup Bersih dan Sehat*, Yogyakarta : Nuha Medika
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Structural Equation Modelling dalam penelitian Manajemen*, Semarang : UNDIP
- Griffin, Jill, 2005, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*, Jakarta : Erlangga
- Gurneluis, Susan, 2011, *30-minute Social Media Marketing*, United State : McGraw Hill Companies
- Hidayat, Taufik, 2008, *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*, Jakarta : Mediakita
- Iswara, H, 2001, *Hidup Sederhana Berfikir Mulia P.K.Ojong (Satu dari dua Pendiri Kompas-Gramedia)*, Jakarta : Kompas
- Koter, Philip.,Bowen John T., and Makens James C, 2012, *Marketing for Hospitality and Tourism*: New Jersey : Pearson Education Inc
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong, 2012, *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 13 Jilid I*, Jakarta : Erlanggan.

- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, 2003, *Marketing Manajemen Edisi 13*, New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Koejaraningrat, 2012, *Pengantar Ilmu Antropologi*, Edisi Revisi, Jakarta : Rieneke Cipta
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan; Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Suyanto M, 2003, *Multimedia alat untuk meningkatkan keunggulan bersaing*, Jakarta : Andi
- Turban E., King D., 2002, *Electronic Commerce – 2002- A Managerial perspective (second edition)*, New York, Prentice Hall
- Turban E., King D., 2012, *Decision Support System and Expert System*, New York, Prentice Hall
- Umar, Husein, 2003, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta : Gramedia Pustaka
- Yunus, Syarifudin, 2010, *Jurnalistik Terapan*, Bogor : Ghalia Indonesia

Internet

<http://digilib.unila.ac.id/3680/16/BAB%20II.pdf>

Diakses tanggal 28 Juli 2017

<http://yrahayu077.blogspot.co.id/2013/11/masyarakat-dan-aspek-bpss.html>

Diakses tanggal 9 Agustus 2017

<http://terinspirasi.komunikasi.blogspot.co.id/2013/02/media-online-dan-sejarahnya.html>

Diakses tanggal 12 Agustus 2017

<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2586/Bab%2002.pdf?sequence=4>

Diakses tanggal 12 Agustus 2017

<http://asisiverry.blogspot.co.id/2013/08/analisis-koefisien-determinasi-uji-r2.html>

Diakses tanggal 8 Agustus 2017

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/15006/8.BAB%20IV.pdf?sequence=8&isAllowed=y>

Diakses tanggal 13 Agustus 2017