

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan pada Bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa poin kesimpulan, berikut;

1. Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis pertama diterima.
2. *E-service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, sehingga hipotesis ketiga diterima.
4. *E-service quality* berpengaruh positif terhadap minat pembelian, sehingga hipotesis keempat diterima.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat pembelian, sehingga hipotesis kelima diterima.
6. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang, sehingga hipotesis keenam diterima.
7. Kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap minat beli ulang, sehingga hipotesis keenam ditolak.

## B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dijabarkan di atas, maka peneliti memberikan beberapa implikasi penelitian sebagai berikut;

### 1. Implikasi Managerial

Hasil penelitian menunjukkan persepsi harga dan juga *e-service quality* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang tiket event pada Instagram *livemusic.purwokerto*. Terkait variabel persepsi harga, manajemen harus bisa lebih terjangkau ke segmen masyarakat yang lebih luas, tidak hanya mahasiswa, melainkan ke pelajar di tingkat SMA/SLTA dengan memberi lebih banyak promosi penjualan. Terkait *e-service quality*, mengingat pelanggan tidak terlalu mementingkan pelayanan yang diberikan, maka minimal manajemen Instagram *livemusic.purwokerto* harus memberikan keamanan data pribadi pelanggan selama bertransaksi dan menghindari website dari *system error* yang mengganggu jalannya transaksi. Lebih luas lagi terkait kepuasan pelanggan dan juga minat beli ulang. Instagram *livemusic.purwokerto* harus menambahkan inovasi sesuai tren yang ada untuk menarik pelanggan baru. Guna meningkatkan minat beli tiket, *livemusic.purwokerto* dapat menciptakan layanan tiket dengan skala yang lebih luas dan menjamin transaksi online yang lebih aman agar dapat memberi kenyamanan dan keamanan kepada penggunanya.

### 2. Implikasi Teoritis

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat memberikan analisis lebih mendalam terkait faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli ulang. Peneliti juga memberikan saran untuk penggunaan item yang lebih detail lagi dengan berbagai sumber yang tersedia. Peneliti memberikan saran penambahan variabel seperti *brand image*, *user generated content*, kualitas website, dan lainnya sebagai rekomendasi variabel agar ada kesinambungan dan melengkapi hasil penelitian yang sudah dilakukan.

### C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada sampel dalam penelitian terbatas pada *follower Instagram livemusic.purwokerto* yang pada saat penyebaran kuesioner dilakukan kebetulan mayoritas responden yang mengisi merupakan pelajar dan mahasiswa. Adanya masalah pada konsistensi target ini peneliti pandang masih memiliki bias yang cukup tinggi karena belum dapat mewakili segmen pembeli tiket lain secara luas dan hasil penelitian ini belum sepenuhnya sesuai jika diaplikasikan di aplikasi pembelian tiket online lainnya. Hal ini ditambah faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang sebatas variabel persepsi harga dan juga *e-service quality* sedangkan masih banyak faktor lainnya yang dapat diteliti seperti *brand image*, *user generated content*, kualitas website ehingga ke depan dapat melakukan penelitian dengan variabel tersebut.