

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. Pemasaran *youtube vlogger* (X) dan keputusan pembelian tiket di PO Sumber Jaya Trans (Y) berada pada kategori interval baik.
2. Pemasaran *youtube vlogger* (X) terhadap keputusan pembelian tiket di PO Sumber Jaya Trans (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan.
3. Pengaruh pemasaran *youtube vlogger* (X) sebesar 87.5% dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sisanya, sebesar 12,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum atau tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat memberikan beberapa implikasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini berimplikasi pada PO Sumber Jaya Trans. Adanya pengaruh *youtube vlogger* terhadap keputusan pembelian tiket di PO Sumber Jaya Trans sehingga penulis menyarankan PO Sumber Jaya Trans memanfaatkan media pemasaran *youtube*. Pemilik PO Sumber Jaya Trans mulai bekerja sama dengan *influencer* untuk meningkatkan kreativitas konten untuk menarik perhatian konsumen.
2. Pemilik PO Sumber Jaya Trans harus memberikan pelayanan yang optimal terhadap konsumen dalam menarik minat keputusan pembelian.

#### **5.3 Saran**

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

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa pemasaran Youtube vlogger berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga peneliti menyarankan PO Sumber Jaya Trans untuk mengembangkan pemasaran perusahaan dengan membuat konten-konten kreatif di media sosial *youtube*.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah objek penelitian dan dapat menyempurnakan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain pemasaran *youtube vlogger*. Diharapkan peneliti selanjutnya lebih detail dalam melakukan penelitian selanjutnya.