

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji penelitian dan didukung oleh penelitian terdahulu yang didapat terkait Pengaruh Promosi Digital, Testimoni Pelanggan, Fitur Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Mobil Bekas pada Platform OLX Daerah Jakarta Selatan. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Promosi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Promosi digital mampu memberikan promosi yang baik dari memberikan promosi terkait kendaraan mobil bekas maupun informasi yang menarik perhatian minat beli yang ada di platform OLX maupun di sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang didapat terbukti, yaitu semakin tinggi Promosi Digital terhadap minat beli mobil bekas pada platform OLX daerah Jakarta Selatan, maka Promosi Digital menjadi hal yang paling penting untuk menentukan minat beli.
2. Testimoni Pelanggan tidak berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini menunjukkan meskipun Testimoni Pelanggan sangat diperlukan di penjualan produk kendaraan khususnya di kendaraan mobil bekas, hal tersebut belum terbukti memberikan dampak terhadap Minat Beli mobil bekas di platform OLX daerah Jakarta Selatan.
3. Fitur Layanan tidak berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini menunjukkan Fitur Layanan di Platform OLX masih sangat kurang disukai dari segi transaksi, fitur pencarian di platform, sehingga beberapa konsumen masih kurang suka dengan adanya fitur layanan yang ada di platform OLX Jakarta Selatan. Sehingga hal tersebut masih belum terbukti memberikan dampak positif terhadap Minat Beli mobil bekas di platform OLX daerah Jakarta Selatan.
4. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang didapat terbukti, yaitu semakin tinggi Persepsi Harga terhadap minat beli mobil bekas pada platform OLX daerah Jakarta Selatan, akan menentukan minat beli. Persepsi Harga mampu

memberikan peran penting dalam menentukan minat beli, sehingga konsumen tidak akan ragu dalam membeli suatu barang yang ada di platform OLX daerah Jakarta Selatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah di bahas sebelumnya, maka dapat terdapat beberapa saran untuk diberikan kepada perusahaan dan untuk penelitian selanjutnya meliputi :

1. Perusahaan diharapkan mampu memberikan pemahaman dan peningkatan promosi. Perusahaan perlu mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk mengembangkan konten promosi yang kreatif dan interaktif, seperti video *walkaround* mobil 360°, live streaming penjelasan produk, serta iklan yang ditargetkan secara demografis. Dengan adanya peningkatan tersebut berguna untuk memperluas jangkauan promosi digital OLX khususnya di daerah Jakarta Selatan.
2. Meskipun dalam penelitian ini testimoni pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli perusahaan tetap perlu menjaga transparansi informasi produk dengan menyajikan data riwayat kendaraan, foto kondisi aktual, dan laporan inspeksi yang detail untuk membangun kepercayaan calon pembeli.
3. Sebagai platform marketplace, OLX perlu melakukan beberapa perbaikan menyeluruh terkait fitur layanan yang menurut penelitian ini belum memberikan pengaruh positif terhadap minat beli. Perbaikan yang dapat dilakukan antara lain penyempurnaan fitur pencarian dengan menambahkan filter yang lebih spesifik seperti rentang kilometer, tahun produksi, dan kondisi mesin. OLX juga dapat mengembangkan fitur inspeksi virtual atau laporan verifikasi kondisi kendaraan yang dilakukan oleh pihak independen untuk meningkatkan transparansi.
4. Dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan tentang persepsi harga terhadap minat beli memberikan implikasi penting bagi para pelaku bisnis. Perusahaan penjual mobil bekas disarankan untuk mengembangkan strategi penetapan harga yang lebih terstruktur dengan mempertimbangkan tiga aspek utama. Pertama, penetapan harga harus

didasarkan pada analisis pasar secara berkala untuk memastikan tingkat kompetitivitasnya. Kedua, penyajian informasi harga perlu didesain secara lebih transparan dan informatif dalam setiap promosi, termasuk penjelasan rinci tentang komponen harga dan nilai tambah yang didapat konsumen. Ketiga, perusahaan dapat mengembangkan program pembayaran yang fleksibel seperti cicilan tanpa bunga atau sistem pembayaran bertahap untuk meningkatkan persepsi keterjangkauan.

