BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Loyalty Program* dan Promosi berpengaruh secara simultan yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa *Loyalty Program* dan Promosi MyPertamina memiliki dampak secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk BBM Non-subsidi Pertamina.
2. Pengaruh parsial antara *Loyalty Program* dan promosi di MyPertamina terhadap keputusan pembelian BBM Non Subsidi Pertamina.
 - a. *Loyalty Program* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dan banyak jenis *Loyalty Program* pada MyPertamina dapat membantu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian BBM Non-subsidi Pertamina.
 - b. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan dalam keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan semakin baik promosi pada MyPertamina dapat membantu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian BBM Non-subsidi Pertamina.
3. Faktor yang mendominasi dalam pengambilan keputusan pembelian dalam produk BBM Non-subsidi oleh konsumen adalah Promosi.

6.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran bahasan sebagai berikut :

1. Saran Akademis

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan menguji indikator variabel *Loyalty Program* dengan Persentase terendah yaitu indikator jenis hadiah. Dan disarankan meneliti lebih dalam faktor

lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti faktor harga, kualitas produk, dan promosi pada *Loyaty Program*.

2. Saran Praktis

Dari hasil penelitian ini beberapa saran disampaikan kepada pihak Aplikasi MyPertamina. Pertama, diharapkan agar dapat meningkatkan akses penggunaan aplikasi ke lebih banyak SPBU di Kota Jambi agar masyarakat dapat melakukan transaksi BBM Pertamina menggunakan aplikasi dengan lebih mudah, serta menambahkan fitur yang inovatif dan multiguna. Kedua, pihak MyPertamina agar dapat memperhatikan kekurangan pada aplikasi dengan meningkatkan kinerja aplikasi untuk memudahkan pelanggan dalam bertansaksi *cashless* dan, transaksi subsidi tepat sasaran. Ketiga, MyPertamina harus lebih gencar dalam melakukan pemasaran MyPertamina dengan mengadakan promosi dan, melibatkan *influencer* untuk menarik lebih banyak pengguna baru. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini menjadi referensi, dan disarankan agar dapat menambahkan variabel baru seperti pengalaman pengguna dan persepsi pengguna untuk memperluas jangkauan penelitian.