

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari latar belakang, rumusan masalah, landasan teori, hingga pada pembahasan yang sudah dipaparkan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembelian tiket melalui aplikasi KAI *Access* pada pengguna kereta api lokal-Dhoho ditinjau dari perilaku konsumen yaitu mengenali kebutuhan, mencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca membeli. Dapat disimpulkan bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Besar Kediri sudah berhasil menarik konsumen dengan menggunakan layanan *online* yaitu aplikasi KAI *Access* untuk melakukan pembelian tiket kereta api lokal-Dhoho. Dari adanya aplikasi ini memberikan kemudahan bagi pengguna. Dengan demikian adanya manfaat dan kemudahan serta kepuasan yang diberikan berupa adanya pelayanan prima, maka pengguna kereta api lokal-Dhoho memutuskan pembeliannya yaitu jadi membeli tiket melalui aplikasi KAI *Access* dalam pemenuhan kebutuhannya sebagai alat transportasi. Dari adanya rasa puas tersebut nantinya yang akan mempengaruhi perilaku konsumen ke dalam tindakan pasca membeli terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Pembelian tiket melalui aplikasi KAI *Access* pada pengguna kereta api lokal-Dhoho ditinjau dari perilaku konsumen Islami yaitu sudah

menerapkan teori konsumsi Islam di dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Konsumsi dalam perspektif Islam mengajarkan upaya dalam menggunakan barang atau jasa memaksimalkan fungsi perilaku ekonomi sebagai hamba Allah SWT untuk kemaslahatan baik di dunia maupun akhirat kelak. Islam telah mengajarkan bahwasanya pola konsumsi itu tidak berlebihan dan keterlaluan. Karena di dalam al-Qur'an melarang perbuatan *tabzir* atau *mubadzir* (pemborosan).⁷⁰ Dalam penelitian ini, pembelian tiket melalui aplikasi KAI *Access* pada pengguna kereta api lokal-Dhoho sudah sesuai perilaku konsumen Islami dengan prinsip konsumsi Islam yaitu menganut prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas. Dengan kelima prinsip tersebut, konsumen dalam mengonsumsi barang atau jasa semata-mata untuk mencari ridha Allah SWT. Dalam penelitian ini konsumen yang melakukan pembelian tiket melalui aplikasi KAI *Access*, yang mana menggunakan layanan berbasis *online* yaitu sudah sesuai dengan ajaran Islam yang tertuang dalam surat An-Nisa' ayat 29 yang dijelaskan bahwa dalam melakukan perniagaan dalam pembelian barang maupun jasa harus atas dasar suka sama suka, dimana pengguna kereta api lokal-Dhoho ini sudah merasakan tingkat kepuasannya terhadap layanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya Stasiun Besar Kediri yaitu senang dan suka memilih pembelian tiketnya melalui aplikasi KAI *Access*, serta jadi

⁷⁰Manan, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta: PPHIMM, 1997), 48.

membelinya dikarenakan memberikan kemudahan dan manfaat bagi pengguna dalam pemenuhan kebutuhan sebagai alat transportasi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun saran-saran yang disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya Stasiun Besar Kediri diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik bagi penumpang, khususnya dalam hal layanan *KAI Access*. Sesuai dengan kemajuan teknologi, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) harus memberikan informasi secara lengkap mengenai perkeretaapian di dalam pemesanan tiket berbasis *online*. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) harus memberikan iklan mengenai *KAI Access* kepada khalayak umum, sehingga dapat membooming dan calon penumpang diterpa oleh informasi *KAI Access* yang memberikan berbagai manfaat dan kemudahan. Dengan memberikan konten yang menarik seperti adanya diskon bagi pengguna *KAI Access*, sehingga dapat menarik dan mempersuasi banyak calon penumpang dalam meningkatkan volume penjualan tiket sebagai alat transportasi serta dapat mencapai target segmentasi pasar.

2. Bagi Penumpang

Penumpang diharapkan dapat mengikuti arus perkembangan teknologi. Sehingga dapat menggunakan layanan *online* yaitu *KAI Access* dalam pemesanan tiket kereta api. Penumpang diharapkan dapat merekomendasikan layanan *KAI Access* kepada orang lain sebagai alat transportasi yang memberikan kemudahan. Sehingga, adanya manfaat dari produk yang efektif dan memiliki kinerja yang baik akan mendorong perilaku konsumen terhadap pembelian tiket melalui *KAI Access*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian dengan menggunakan tinjauan teori yang berbeda, sehingga dapat lebih baik dari penelitian yang dilakukan sebelumnya.