

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,05 karena  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,160 > 1,906$ ), signifikansi lebih besar dari 0,005 ( $0,033 < 0,05$ ), terhadap keputusan pembelian, artinya, semakin baik kualitas pelayanan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat dan juga sebaliknya.
2. Apakah Promosi berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,05 karena  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $3,399 > 1,906$ ), signifikansi lebih kecil dari 0,005 ( $0,001 < 0,005$ ) terhadap keputusan pembelian, artinya, semakin baik promosi maka keputusan pembelian akan semakin meningkat dan juga sebaliknya.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 karena  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $6,301 > 1,906$ ), signifikansi lebih besar dari 0,005 ( $0,00 < 0,005$ ) terhadap keputusan pembelian, artinya, semakin baik harga maka keputusan pembelian akan semakin meningkat dan juga sebaliknya.
4. Kualitas pelayanan, promosi dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan nilai F hitung sebesar 74.381 dengan nilai signifikansi 0,00. Hal ini menunjukkan  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  ( $74,381 > 2,337$ ) dan nilai  $\text{Sig} < 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ) terhadap keputusan pembelian, artinya, secara bersama-sama

kualitas pelayanan, promosi dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian

## 5.2 Saran

Berdasarkan paparan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa masih terdapat beberapa responden dengan penilaian terhadap kualitas pelayanan, promosi dan harga yang tingkat sedang sebesar 69,9%. Oleh karena itu Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir disarankan untuk komunikatif dan selalu berinteraksi dengan konsumen, Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas dan kehangatan di mata konsumen, promosi yang menarik atau tidak suatu produk mendapatka respon yang bagus, murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Dengan demikian jelas bahwa suatu citra, baik positif maupun negatif akan memengaruhi konsumen terhadap penyedia jasa.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain seperti atmosfer toko, kualitas produk dan lain-lain yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan Indomaret ini. Selain menggunakan tehnik wawancara yang digunakan, bisa juga dikembangkan dengan tehnik

survey lapangan untuk mengamati kondisi di sekitarnya, sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan dapat mengurangi data yang bersifat subyektif.