

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh pada bab sebelumnya, penulis menjabarkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Adanya hubungan yang signifikan dan positif antara promosi terhadap keputusan pembelian.
2. Adanya hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
3. Adanya hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
4. Adanya hubungan yang signifikan dan positif antara promosi, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

PT Saf Mitra Abadi hendaknya memperhatikan kembali variabel promosi, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang telah ditawarkan kepada konsumen. Baik secara parsial maupun simultan variabel promosi, kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan tingkat korelasi yang positif dan signifikan.

Bagi peneliti selanjutnya, penulis mengharapkan dapat meneliti variabel lain yang belum pernah diteliti sebelumnya, seperti citra merek, lokasi, harga dan sebagainya. Agar dapat membantu memudahkan PT Saf Mitra Abadi untuk melakukan keputusan yang selanjutnya.