

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berikut dibawah ini adalah simpulan akhir yang telah peneliti rangkum menjadi 4 kategori penting dalam hasil penelitian ini dilakukan, yaitu sebagai berikut :

1. Variabel bebas Kualitas Pelayanan terdapat nilai t hitung sebesar 5,472 lebih besar dari t tabel 1,97681 dan sig. senilai  $0,000 < 0,050$  , sehingga ini dapat memberikan simpulan bahwa secara individu variabel kualitas pelayanan ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel bebas Promosi terdapat nilai t hitung sebesar 4,810 lebih besar dari t tabel 1,97681 dan sig. senilai  $0,000 < 0,050$  , sehingga ini dapat memberikan simpulan bahwa secara individu variabel promosi ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel bebas Kualitas Pelayanan dan Promosi terdapat nilai F hitung sebesar 31,558 lebih besar dari F tabel 3,06 dan sig. senilai  $0,000 < 0,050$  , sehingga ini dapat memberikan simpulan bahwa secara bersamaan variabel kualitas pelayanan dan promosi ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Nilai *R square* dari penelitian adalah sebesar 30,8% dan ini merupakan total jumlah sumbangan presentase dari variabel kualitas pelayanan dan promosi

yang diambil oleh peneliti sedangkan 69,2% bukan merupakan variabel yang peneliti gunakan sehingga ini dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya selain kualitas pelayanan dan promosi.

## 5.2 Saran

Berikut dibawah ini adalah saran yang dapat peneliti berikan terhadap pihak perusahaan, pihak kampus universitas putera batam dan juga untuk peneliti berikutnya yang dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai *reference* dalam melakukan pertimbangan bahan masukan akan variabel yang berkaitan dengan peneliti lakukan sekarang, yaitu sebagai berikut :

1. Pihak manajemen perusahaan harus lebih fokus dan memperbanyak promosi melalui media secara *offline* maupun *online* agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen, tidak hanya melalui promosi dalam pihak internal sehingga keputusan pembelian dapat meningkat.
2. Pihak manajemen perusahaan harus lebih memperhatikan dan juga lebih teliti dalam pengecekan barang agar tercapainya kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan lebih banyak variabel faktor atau independen lainnya yang berkaitan juga dengan keputusan pembelian, serta dapat mengambil sampel responden yang lebih banyak atau lebih diperluas sampelnya dengan objek penelitian yang berbeda.
4. Semoga hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi pihak perusahaan maupun bagi peneliti selanjutnya agar lebih banyak mendapatkan referensi dan menambah wawasan akan variabel penelitian seperti ini.