

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Harga (*price*) dari hasil penelitian terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini memiliki makna bahwa semakin baik persepsi harga (*price*) konsumen pada SDS Nusantara Kota Batam, maka keputusan pembelian di SDS Nusantara akan semakin bertambah. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk persepsi harga (*price*) konsumen pada SDS Nusantara Kota Batam, maka keputusan pembelian pada SDS Nusantara Kota Batam juga semakin berkurang.
2. Tempat (*place*) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini memiliki makna bahwa semakin baik dan strategis lokasi SDS Nusantara Kota Batam, maka keputusan pembelian konsumen di SDS Nusantara akan semakin bertambah. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk dan tidak strategis lokasi SDS Nusantara Kota Batam, maka keputusan pembelian pada SDS Nusantara Kota Batam juga semakin berkurang.
3. Promosi (*promotion*) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini memiliki makna bahwa semakin banyak

4. promosi yang dilakukan SDS Nusantara Kota Batam, maka keputusan pembelian konsumen di SDS Nusantara akan semakin bertambah. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit promosi yang dilakukan SDS Nusantara Kota Batam, maka keputusan pembelian pada SDS Nusantara Kota Batam juga semakin sedikit.
5. Harga (*price*) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memiliki makna bahwa semakin baik persepsi harga (*price*) konsumen pada SDS Nusantara Kota Batam, maka kepuasan pelanggan di SDS Nusantara akan semakin bertambah. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk persepsi harga (*price*) konsumen pada SDS Nusantara Kota Batam, maka kepuasan pelanggan pada SDS Nusantara Kota Batam juga semakin berkurang.
6. Tempat (*place*) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memiliki makna bahwa semakin baik dan strategis lokasi SDS Nusantara Kota Batam, maka kepuasan pelanggan di SDS Nusantara akan semakin bertambah. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk dan tidak strategis lokasi SDS Nusantara Kota Batam, maka kepuasan pelanggan pada SDS Nusantara Kota Batam juga semakin berkurang.
7. Promosi (*promotion*) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memiliki makna bahwa semakin banyak promosi yang dilakukan SDS Nusantara Kota Batam, maka kepuasan

pelanggan di SDS Nusantara akan semakin bertambah. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit promosi yang dilakukan SDS Nusantara Kota Batam, maka kepuasan pelanggan pada SDS Nusantara Kota Batam juga semakin sedikit.

8. Keputusan pembelian terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memiliki makna bahwa semakin tinggi keputusan pembelian konsumen pada SDS Nusantara Kota Batam, maka kepuasan pelanggan di SDS Nusantara akan semakin bertambah. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit keputusan pembelian konsumen pada SDS Nusantara Kota Batam, maka kepuasan pelanggan pada SDS Nusantara Kota Batam juga semakin sedikit.
9. Keputusan pembelian mampu memediasi secara positif pada pengaruh tidak langsung harga (*price*) terhadap kepuasan pelanggan.
10. Keputusan pembelian mampu memediasi secara positif pada pengaruh tidak langsung tempat (*place*) terhadap Kepuasan pelanggan.
11. Keputusan pembelian mampu memediasi secara positif pada pengaruh tidak langsung promosi (*promotion*) terhadap Kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran berikut:

1. Karena harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan, maka SDS Nusantara Kota Batam perlu pertahankan bahkan ditingkatkan kembali intensitas promosinya, meningkatkan kualitas tempatnya dan harganya..
2. Promosi merupakan variabel yang memiliki pengaruh terendah di antara variabel bebas lainnya, sehingga disarankan agar SDS Nusantara Kota Batam dapat mengkaji kembali promosi yang diberikan kepada konsumen, serta melakukan inovasi promosi yang dapat menarik perhatian konsumen, seperti melakukan promosi dengan memanfaatkan media digital yang sedang banyak digunakan oleh konsumen seperti TikTok, Instagram dan lainnya.