

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti dapat membuat simpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Anugrah Sejahtera Makmur adalah sebagai berikut:

1. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pelanggan PT. Anugrah Sejahtera Makmur.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pelanggan PT. Anugrah Sejahtera Makmur.
3. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pelanggan PT. Anugrah Sejahtera Makmur.
4. Variabel citra merek, kualitas pelayanan, promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan PT. Anugrah Sejahtera Makmur.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur, sehingga peneliti dapat memberikan saran kepada PT. Anugrah Sejahtera Makmur sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada PT. Anugrah Sejahtera Makmur terkait dengan citra merek diharapkan dapat terus meningkatkan dan mempertahankan citra merek produk perusahaan karena hal tersebut akan berdampak pada keputusan pembelian.
2. Diharapkan kepada PT. Anugrah Sejahtera Makmur terkait dengan kualitas pelayanan diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik, melayani pelanggan dengan ramah dan sopan, dapat mendahulukan kepentingan pelanggan sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan dan terciptanya keputusan pembelian yang baik.
3. Diharapkan kepada PT. Anugrah Sejahtera Makmur terkait dengan promosi diharapkan meningkatkan promosi dengan melalui media yang lebih menarik agar, pelanggan mengetahui mengenai promosi tersebut sehingga berdampak pada keputusan pembelian.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah atau menggunakan variabel bebas lainnya agar dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan PT. Anugrah Sejahtera Makmur.