

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Temuan berikut telah diambil dari penelitian dan perdebatan yang disajikan dalam bab sebelumnya:

1. Kualitas produk memiliki peran dalam mempengaruhi pilihan pembelian di PT Weedo Niaga Global, dan peran ini positif dan substansial.
2. Promosi memiliki dampak yang nyata dan menguntungkan pada kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian, menunjukkan bahwa promosi memiliki peran dalam membentuk preferensi konsumen di PT Weedo Niaga Global.
3. Nilai pelanggan memainkan peran positif dan utama dalam menentukan produk dan layanan mana yang dibeli di PT Weedo Niaga Global
4. Dari ketiga faktor produk tersebut (kualitas produk, promosi serta nilai pelanggan) memiliki peran dalam mempengaruhi pilihan pembelian di PT Weedo Niaga Global, agar memiliki dampak paling positif dan substansial.

5.2 Saran

Atas dasar kesimpulan yang ditarik, penulis dapat membuat rekomendasi berikut:

1. Bagi perusahaan PT Weedo Niaga Global diharapkan mampu menjaga dan mempertahankan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan kepuasan

konsumen maupun pelanggan. Dalam menjaga kualitas produk harus meningkatkan mutu suatu barang serta manfaat produk tidak dirubah dan menjaga kualitas agar tetap terjaga.

2. Bagi perusahaan PT Weedo Niaga Global harus meningkatkan promosi bagi pelanggan maupun konsumen supaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan penyebaran produk semakin luas agar banyak orang mengetahui produk dari PT Weedo Niaga Global.
3. Bagi perusahaan PT Weedo Niaga Global harus menjaga dan mempertankan nilai pelanggan agar keputusan pembelian di PT Weedo Niaga Global terus meningkat dan memberikan daya pandang yang bagus dalam penjualan maupun transaksi atas produk dari PT Weedo Niaga Global.
4. Karena penelitian ini menggunakan kualitas produk, promosi, nilai pelanggan, dan keputusan pembelian sebagai variabel independen, diharapkan peneliti masa depan akan dapat memasukkan variabel tambahan ke dalam pekerjaan mereka sendiri untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap tentang bidang-bidang ini dan menciptakan cara-cara baru untuk menerapkan informasi ini di masa depan, terutama di bidang pendidikan studi manajemen.