

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Beralaskan output serta bahasan mengenai instrumen yang diteliti, disimpulkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Promosi secara parsial tidak signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

#### **5.2 Saran**

Terdapat beberapa saran yang patut disampaikan dari penegasan sebelumnya, menghasilkan anjuran berikut:

1. Bagi perusahaan, sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pendistribusian produk sembako harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk. Misalnya pelayanan yang baik, promosi yang dilakukan sesuai dengan yang dipromosikan dan penataan atau penyusunan produk yang rapi dan benar.

Dengan makin baiknya pelayanan, promosi dan kualitas produk, konsumen semakin memilih PT Sinar Kobel Indonesia sebagai kebutuhan dasar pangan yang dibutuhkan konsumen setiap harinya.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian terhadap variabel lain yang belum dimasukkan dalam penelitian ini yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Adapun terdapat kekurangan dalam penulisan ini, maka penulis berharap mendapatkan kritik dan saran dari pembaca yang bertujuan untuk memperbaiki dan membangun untuk kesempurnaan skripsi ini di masa ini maupun dimasa yang akan datang.