

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Konklusi dari penelitian ini dapat diambil inti sebagai yang tertera di bawah ini:

1. Pada PT Hexa Kharisma Indonesia keputusan pembelian terdampak secara signifikan dan positif oleh persepsi konsumen.
2. Pada PT Hexa Kharisma Indonesia keputusan pembelian terdampak secara positif tetapi tidak signifikan oleh sikap konsumen.
3. Pada PT Hexa Kharisma Indonesia keputusan pembelian terdampak secara signifikan dan positif oleh suasana lokasi.

5.2.Saran

Didasarkan pada inti sari penelitian ini, berikut sejumlah saran dan usulan untuk penelitian berikutnya:

1. PT Hexa Kharisma Indonesia semakin memperhatikan persepsi konsumen, sikap konsumen, dan suasana lokasi untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Ketiga variabel ini terbukti mempengaruhi keputusan pembelian pada jasa yang disediakan PT Hexa Kharisma Indonesia.
2. Memperluas cakupan penelitian dengan menambah perusahaan tempat dilakukan penelitian untuk mendapatkan hasil yang tepat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya memperluas cakupan kajiannya untuk lebih memahami aspek-aspek yang mempengaruhi Keputusan Pembelian