

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam pemaparan temuan sebelumnya dapat mencerminkan simpulan, seperti yang dijelaskan di bawah ini:

1. Kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) di PT Sri Indah Mandiri.
2. Inovasi produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) di PT Sri Indah Mandiri.
3. Pengalaman konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) di PT Sri Indah Mandiri.
4. Kualitas produk (X1), inovasi produk (X2) dan pengalaman konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) di PT Sri Indah Mandiri.

5.2 Saran

Dengan hasil yang telah terungkap sebelumnya, terdapat beberapa saran seperti uraian di bawah ini:

1. PT Sri Indah Mandiri diharuskan menjaga produk yang di tawarkan agar memenuhi standar kualitas yang tinggi. Untuk mencapai tujuan ini, PT Sri Indah Mandiri harus mengimplementasikan sistem pengawasan kualitas yang ketat, melakukan pengujian secara berkala, serta menyesuaikan proses produksi sesuai dengan hasil evaluasi. Dengan langkah ini, perusahaan dapat membangun reputasi yang kuat di pasar dan menarik lebih banyak pelanggan

untuk memilih produk mereka, serta menciptakan keputusan pembelian jangka panjang di antara pelanggan yang sudah ada.

2. PT Sri Indah Mandiri perlu melakukan inovasi untuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan dan tren pasar terkini. Dengan melakukan riset pasar yang mendalam, perusahaan dapat memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dengan lebih baik. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan solusi unik yang dapat membedakan produknya dari pesaing. Dengan menawarkan produk yang lebih relevan dan menarik, PT Sri Indah Mandiri dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan memperkuat posisinya di pasar.
3. PT Sri Indah Mandiri perlu memastikan bahwa pengalaman konsumen yang diberikan sangat positif. Hal ini dapat dilakukan dengan upaya peningkatan kualitas layanan, interaksi yang ramah, respons yang cepat terhadap keluhan, dan memastikan produk yang dijual dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Semua upaya ini akan membantu mendorong peningkatan dalam jumlah pembelian, ketika konsumen merasa puas dengan layanan dan produk yang ditawarkan, mereka cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.
4. Penelitian selanjutnya perlu memperdalam topik ini dengan menyertakan variabel tambahan dalam analisisnya. Di samping itu, penting memperluas jumlah dan keragaman sampel responden yang diteliti. Langkah-langkah ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai subjek yang sedang dipelajari dan juga dapat meningkatkan validitas eksternal dari

hasil penelitian yang telah ada. Dengan mengadopsi pendekatan ini, penelitian mendatang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap literatur di bidang ini.