

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Dalam penelitian dan pembahasan yang sudah di jabarkan sebelumnya, maka ada beberapa kesimpulan yang bisa peneliti uraikan, yakni :

1. Kualitas pelayanan mempunyai dampak terhadap keputusan pembelian di PT. Ekadharma International Tbk Cabang Batam, itu berarti bahwa kualitas pelayanan yang bagus akan berpengaruh terhadap pelanggan dalam keputusan pembelian pada PT. Ekadharma International Tbk Cabang Batam.
2. Variabel distribusi juga membuktikan bahwa memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian di PT. Ekadharma International Tbk Cabang Batam. Maka kesimpulan yang bisa ditarik ialah distribusi yang kuat maupun cepat akan membuat pelanggan memutuskan pembelian di PT. Ekadharma International Tbk Cabang Batam.
3. Kualitas pelayanan dan distribusi secara simultan memberikan pengaruh pada keputusan pembelian di PT. Ekadharma International Tbk Cabang Batam. Itu artinya kualitas pelayanan dan distribusi yang dijalankan dengan kuat bisa membuat keputusan pembelian pelanggan pada PT. Ekadharma International Tbk Cabang Batam.

## 5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, berikut beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan, yakni :

1. Kualitas pelayanan perusahaan mempunyai peran penting dalam pembelian yang hendak dilakukan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang sudah optimal niscaya akan menambah pelanggan serta juga akan menghasilkan laba yang lebih banyak.
2. Distribusi barang memiliki peranan krusial untuk perusahaan agar produk yang disalurkan sampai ke tangan konsumen secepat mungkin, dengan distribusi yang cepat maka niscaya pelanggan akan melakukan pembelian berulang serta menambah konsumen yang baru.
3. Pada penelitian yang dilakukan ini keputusan pembelian dipengaruhi dari distribusi dan kualitas produk sebesar 74,6%, namun sisanya 25,4% dipengaruhi dari variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini. peneliti harapkan pada peneliti lanjutan agar memasukkan variabel lain yang berpengaruh pada keputusan pembelian
4. Hasil dari peneliti ini semoga dapat membantu menambah wawasan dalam pengembangan ilmu tentang pemasaran khususnya pada faktor lain seperti promosi, brand image, harga, fasilitas, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan lain sebagainya.