

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah. Beberapa kesimpulan tersebut terdiri dari :

1. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko UD. Sari Bumi.
2. Periklanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko UD. Sari Bumi.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko UD. Sari Bumi.
4. Harga, periklanan, kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko UD. Sari Bumi

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan simpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Menurut hasil penelitian yang telah diperoleh, maka disarankan untuk UD. Sari Bumi Sumenep terus memperhatikan harga yang ditawarkan dan produk yang diberikan benar-benar sebanding dengan manfaatnya. Dimana harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk sehingga konsumen pun merasakan tidak rugi dan memperoleh manfaat yang dari produk yang telah dibelinya.
2. Menurut hasil penelitian yang telah diperoleh, maka disarankan untuk UD. Sari Bumi Sumenep terus meningkatkan periklanan dengan lebih kreatif dan inovatif. Periklanan ini tidak hanya dapat secara manual (tradisional) melalui brosur, radio, spanduk, dll. Namun periklanan juga dapat dilakukan secara online melalui pemasaran online dengan menggunakan sarana smartphone, gadget, computer.
3. Menurut hasil penelitian yang telah diperoleh, maka disarankan untuk pimpinan UD. Sari Bumi Sumenep mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah dimiliki kini, khususnya dalam kebijaksanaan karyawan dalam menyikapi permasalahan pelanggan. Karyawan yang tanggap dan cekatan dalam melayani pelanggan dan dapat mengerti dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan nilai tambah bagi pelanggan dan kepuasan bagi pelanggan.
4. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan hasil penelitian dengan menggunakan faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.