

BAB VI

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

6.1. Simpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh Persepsi Harga, kualitas dan pelayanan terhadap keputusan pembelian lem Henkel pada CV. Lem Indo Solution di Surabaya, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

1. Persepsi Harga merupakan variabel yang mempengaruhi secara positif dalam pengambilan keputusan pembelian lem Henkel di CV. Lem Indo Solution. Dengan data yang di hasilkan dari kuesioner mean sebesar 3,764, dengan jumlah yang lumayan tinggi variabel Persepsi Harga sudah mampu membuat konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Kualitas yang baik adalah yang mampu membuat konsumen kembali lagi untuk melakan pembelian. Dalam penelitian ini hasil yang didapatkan adalah kualitas mampu mempengaruhi keputusan pembelian lem Henkel di CV. Lem Indo Solution dengan rata responden sebesar 3,88, nilai ini lebih tinggi dari pada nilai yang di capai variabel Persepsi Harga.
3. Variabel lain yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian lem Henkel adalah Pelayanan. Dalam penelitian ini, nilai mean yang di dapatkan variabel pelayanan lebih besar di bandingkan variabel lainnya yaitu sebesar 3,9, sehingga dapat di artikan bahwa Variabel Pelayanan paling signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian lem Henkel di CV. Lem Indo Solution.
4. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Persepsi Harga, kualitas dan pelayanan hanya mempengaruhi keputusan pembelian lem Henkel di CV. Lem Indo Solution sebesar 44,5% sedangkan 55,5% adalah faktor yang tidak ada dalam penelitian ini.

6.2. Implikasi atau Rekomendasi

Implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian lem kuning Henkel, namun nilai yang di dapatkan tergolong kecil dari variabel lainnya, sehingga perlu implikasi kedepannya dengan memberikan potongan Persepsi Harga, atau hadiah untuk konsumen yang banyak melakukan pembelian.
2. Konsumen tidak di saran kan untuk membeli lem kuning Henkel di toko, karena di kwatirkan kualitas yang didapatkan tidak sesuai dengan lem kuning Henkel dari pabrik langsung.
3. Konsumen perlu lebih memperhatikan penyimpanan stock lem, karena jika salah penyimpanan, maka yang terjadi adalah kualitas lem kuning Henkel akan berkurang.
4. Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian lem kuning Henkel , perusahaan disarankan mempertimbangkan pelayanan menjadi lebih baik, karena jika pelayanan semakin memuaskan, maka permintaan juga akan semakin meningkat.

6.3. Saran

Berdasarkan temuan-temuan dan kesimpulan penelitian, di sarankan beberapa hal yang penting sebagai berikut:

1. Perusahaan harus terus melakukan inovasi-inovasi pelayanan yang terbaik untuk para konsumen agar tetap bertahan dan terus bertambah untuk meningkatkan penjualan dan mencapai target penjualan.
2. Variabel pelayanan yang mendapatkan nilai tertinggi dari variabel lain harus tetap di seimbangkan dengan variabel lainnya, agar perusahaan mampu berkembang lebih cepat lagi dan go public.
3. Konsumen perlu melakukan aplikasi pemakaian lem kuning Henkel sesuai prosedur, agar hasil yang di capai berjalan maksimal dan kualitas hasil menjadi baik.
4. Untuk penelitian yang akan datang, perlu diadakan penelitian yang lebih mendalam lagi, dengan jumlah responden yang lebih banyak lagi, supaya menghasilkan penelitian yang lebih baik baik lagi.