

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian dan diskusi bab sebelumnya, serta teori dan konsep yang mendukung penelitian berjudul Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Indomaret Sentra medika Depok berupa analisis data dari pembahasan yang telah dilakukan maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Harga yang ditunjukkan pada Indomaret Sentra medika Depok dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Persepsi Harga menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan faktor harga dalam memilih produk atau layanan pada toko tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Sentra medika Depok. Artinya semakin terjangkaunya Persepsi Harga konsumen yang ditawarkan oleh perusahaan, maka semakin meningkat juga Keputusan Pembelian.
2. Promosi yang ditawarkan oleh Indomaret Sentra medika Depok dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Promosi menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Sentra medika Depok. Artinya jika Promosi ditingkatkan maka Keputusan Pembelian akan meningkat.
3. Kualitas Pelayanan pada Indomaret Sentra medika Depok termasuk ketepatan dalam merespons keluhan dan menyediakan layanan yang dapat diandalkan, memiliki dampak besar terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Sentra medika Depok. Artinya jika Kualitas Pelayanan terus ditingkatkan maka Keputusan Pembelian pada Indomaret Sentra medika Depok akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian dan hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat untuk dunia akademis dan juga berguna bagi peneliti selanjutnya, diantaranya sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian untuk Variabel Persepsi Harga pada pernyataan nomor tiga memiliki hasil mean paling rendah dengan indikator Daya Saing Harga. Maka saran dari penulis adalah untuk meningkatkan Daya Saing Harga dengan melakukan negosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih baik untuk meningkatkan Persepsi Harga pada indikator Daya Saing Harga.
2. Berdasarkan hasil penelitian untuk variabel Promosi pada pernyataan nomor tiga memiliki hasil mean paling rendah dengan indikator Menawarkan Kekeuatan Intensif. Maka saran dari penulis adalah meningkatkan Inovasi Produk dengan meluncurkan produk baru atau meningkatkan fitur produk yang ada dapat menciptakan daya tarik yang baik untuk meningkatkan Promosi pada indikator Menawarkan Kekeuatan Intensif.
3. Berdasarkan hasil penelitian untuk variabel Kualitas Pelayanan pada pernyataan nomor dua memiliki hasil mean paling rendah dengan indikator Daya Tanggap (*responsiveness*). Maka saran dari penulis adalah meningkatkan stok dan ketersediaan produk yang memadai untuk menghindari kekecewaan pelanggan dan meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen pada Indomaret untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Indikator Daya Tanggap (*responsiveness*).