

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil perhitungan mengenai pengaruh *Sales Promotion* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Super Indo Sunter Jakarta Utara maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan bahwa jika strategi *sales promotion* dilakukan dengan baik maka keputusan pembelian akan meningkat.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan jika kualitas layanan memenuhi kebutuhan pelanggan maka keputusan pembelian akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran dan rekomendasi yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

- a. Kualitas layanan supermarket Super Indo Sunter Jakarta Utara sudah di nilai baik oleh pelanggan, maka dari itu pihak supermarket harus selalu konsisten dalam memberikan layanan kepada pelanggan yaitu dengan memperhatikan dan mengkaji lebih dalam mengenai kualitas layanan yang diberikan, seperti misalnya cepat dalam merespon komplain pelanggan, selalu mendengar saran dan keluhan pelanggan, menguasai keterampilan yang dibutuhkan untuk





menangani setiap masalah dan selalu bersikap sopan guna meningkatkan keputusan pembelian.

- b. Mengevaluasi strategi *sales promotion* guna meningkatkan keputusan pembelian dengan cara memperluas jenis diskon yang lebih beragam agar mampu dinikmati semua kalangan, namun pihak supermarket juga tidak boleh melakukan promosi penjualan yang terlalu sering karna dapat menurunkan citra kualitas dari produk tersebut, pelanggan bisa menginterpretasikan bahwa produk tersebut berkualitas rendah.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebatas pada *sales promotion*, kualitas layanan dan keputusan pembelian. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel variabel baru dalam penelitian seperti loyalitas pelanggan, harga dan lain lain atau tetap menggunakan variabel yang sama (*sales promotion*, kualitas layanan dan keputusan pembelian) namun lebih luas cakupannya. Karena peneliti merasa cakupan penelitian ini masih kurang luas dikarenakan hanya berfokus pada Super Indo Sunter Jakarta Utara saja. Mungkin bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap Super Indo di lokasi lainnya sehingga penelitian selanjutnya akan lebih baik lagi.