

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket kapal pada PT Pelni, baik secara simultan atau parsial. Berdasarkan pembahasan serta analisis data yang telah dilakukan, sehingga dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
2. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
3. Kualitas pelayanan dan promosi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kapal pada PT Pelni. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji F yang menunjukkan nilai yang sangat signifikan. Dapat dilihat juga hasil koefisien determinasi (R^2) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 49,7%, sedangkan sisanya 50,3% ini dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini. Sehingga pada hal ini bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan dan promosi secara simultan maka keputusan pembelian tiket kapal pada PT Pelni ini secara signifikan juga akan semakin meningkat. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi secara simultan agar keputusan pembelian tiket kapal pada PT Pelni ini dapat semakin meningkat.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang dapat digunakan bagi pihak PT Pelni dalam

menentukan kebijakan Perusahaan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Keputusan Pembelian dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut:

- a) PT Pelni diharapkan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen agar dapat meningkatkan beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih atau melakukan keputusan pembelian untuk menggunakan jasa transportasi kapal pada PT Pelni. Salah satunya yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang terbaik bagi para konsumennya.
- b) PT Pelni diharapkan dapat menawarkan dan memberikan promosi yang baik dan menarik kepada para konsumen agar dapat meningkatkan beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih atau melakukan keputusan pembelian untuk menggunakan jasa transportasi kapal pada PT Pelni. Selain itu PT Pelni juga perlu menentukan strategi promosi yang tepat dengan cara melakukan riset-riset pemasaran. Promosi merupakan faktor penting terhadap keputusan pembelian, dimana konsumen selalu melihat promosi yang ditawarkan sebagai faktor sebelum mereka melakukan pembelian.
- c) PT Pelni diharapkan dapat merealisasikan faktor yang lainnya seperti harga maupun lokasi agar dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian tiket kapal pada PT Pelni.