

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh simpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Konsumen merasa puas dengan adanya promosi yang telah diberikan oleh perusahaan PT. Sri Intan Perkasa. Merasa bahwa dengan adanya promosi maka dapat meningkatkan penjualan.
2. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Keputusan Pembelian. Kualitas produk yang bagus rapih dan masih tersegel membuat peningkatan keputusan pembelian. Semakin bagus kualitas suatu produk maka akan semakin meningkatnya keputusan pembelian di PT. Sri Intan Perkasa.
3. Bahwa hasil pengujian secara simultan variabel bebas Promosi dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian sebesar 55.2% dan sisanya sebesar 44,8% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi Manajerial

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain :

1. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan. Hendaknya promosi haruslah diperhatikan lagi karena terlalu mahal atau tidak adanya promosi akan terjadi penurunan keputusan pembelian.

2. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan. Hendaknya kualitas produk lebih ditingkatkan lagi dan alat-alatnya harus di periksa agar tidak terjadi kesalahan yang berakibat penurunan keputusan pembelian.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini lain seperti kualitas pelayanan, loyalitas konsumen yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh terkait dengan Kepuasan Konsumen.

