

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Super Indo Cabang Cerewed Bekasi. Responden pada penelitian ini berjumlah 300 responden, kemudian telah dianalisa, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan iklan terhadap keputusan pembelian. semakin banyak iklan-iklan produk yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Indikator iklan yang menarik merupakan indikator utama dibandingkan dengan indikator lainnya.
2. Secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian. semakin baik kepuasan pelanggan, maka semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Indikator karyawan melayani konsumen dengan ramah dan baik merupakan indikator utama dibandingkan dengan indikator lainnya.
3. Secara simultan menunjukkan bahwa iklan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Super Indo Cabang Cerewed Bekasi. Semakin banyak iklan-iklan produk dan semakin baik kepuasan pelanggan, maka semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Dalam promosi iklan disarankan untuk dapat meningkatkan promosi iklan penjualan dengan memberikan program-program promosi iklan penjualan yang bervariasi seperti program paket harga, paket premium, dan hadiah lain-lain yang semuanya dilakukan secara intensif agar dapat mempengaruhi konsumen yang pada akhirnya melakukan pembelian. Dan Ketersedian stock barang promosi.

2. Bagi perusahaan diharapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan karena berdasarkan hasil penelitian ini kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Meningkatkan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan pelayanan dalam melayani konsumen. Hal ini yang terkait untuk meningkatkan kepuasan pelanggan juga dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan terbaik.
3. Untuk meningkatkan penjualan dengan keputusan pembelian, sebaiknya pihak Super Indo Cabang Cerewed Bekasi lebih memperhatikan kualitas produk dan memprioritaskan keinginan konsumen dalam penggunaan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga menimbulkan rasa tertarik kepada konsumen untuk melakukan pembelian.
4. Saran untuk Pengembangan Ilmu Dari hasil penelitian yang dilakukan,
 - a. Untuk penulis dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai iklan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan konsumen, terutama dalam mengaplikasikan teori yang telah diterima di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
 - b. Untuk Kampus dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya. Dan peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan variabel lainnya selain variabel yang diteliti saat ini agar memperoleh penjelasan yang lebih baik lagi (salah satu contoh variabel yaitu harga dan citra merk).