

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengar responden 150 orang, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. instagram *advertising* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Bolt di Juan Petshop.
2. persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Bolt di Juan Petshop.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Juan Petshop.
4. Instagram *advertising*, persepsi harga, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Instagram advertising, persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk makanan kucing bolt di juan petshop, untuk itu penulis menyampaikan implikasi manajerial yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini saran untuk Juan Petshop supaya lebih memikirkan bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan sebab pada penelitian ini beberapa customer merasa kurang nyaman dengan kulitasa pelayanan yang diberikan oleh Juan petshop.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, mengingat variabel bebas dalam penelitian ini sangat penting dalam mempengaruhi kinerja, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti lain. Selain itu, peneliti dapat melakukan perbaikan dengan mengembangkan penelitian ini melalui penambahan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Selanjutnya, dapat menambahkan lebih banyak sampel pada penelitian selanjutnya, serta memperluas cakupan populasi.

