

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat persamaan regresi sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kepuasan konsumen yang meliputi indikator memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, memahami pelanggan dan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan variasi yang terjadi pada kepuasan konsumen akan menyebabkan perubahan pula pada keputusan pembelian. Hal ini dapat menjelaskan bahwa apabila dilakukan peningkatan terhadap kepuasan konsumen maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan begitu pula sebaliknya jika penurunan pada kepuasan konsumen maka akan berpengaruh terhadap penurunan keputusan pembelian.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas produk yang meliputi indikator penampilan dan sikap karyawan, sarana prasarana dan fasilitas fisik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan variasi yang terjadi pada kualitas produk akan menyebabkan perubahan pula pada keputusan pembelian. Hal ini dapat menjelaskan bahwa apabila dilakukan peningkatan terhadap kualitas produk maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan begitu pula sebaliknya jika penurunan pada kualitas produk maka akan berpengaruh terhadap penurunan keputusan pembelian.

3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel reputasi merek yang meliputi indikator ketepatan waktu dalam melakukan pelayanan, pelayanan yang sopan dan, memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan variasi yang terjadi pada reputasi merek akan menyebabkan perubahan pula pada keputusan pembelian. Hal ini dapat menjelaskan bahwa apabila dilakukan peningkatan terhadap reputasi merek maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan begitu pula sebaliknya jika penurunan pada reputasi merek maka akan berpengaruh terhadap penurunan keputusan pembelian.
4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel loyalitas yang meliputi indikator memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, membantu para pelanggan dan, merespon permintaan pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan variasi yang terjadi pada loyalitas akan menyebabkan perubahan pula pada keputusan pembelian. Hal ini dapat menjelaskan bahwa apabila dilakukan peningkatan terhadap loyalitas maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan begitu pula sebaliknya jika penurunan pada loyalitas maka akan berpengaruh terhadap penurunan keputusan pembelian..
5. Berdasarkan hasil uji disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kepuasan konsumen, kualitas produk, reputasi merek dan loyalitas (berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian
6. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, telah diketahui bahwa variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat adalah variabel reputasi merek. Hal ini terbukti dengan didapatkannya nilai koefisien

regresi pada variabel reputasi merek yang paling besar diantara variabel bebas lainnya. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh reputasi merek produk yang tinggi .

B. Saran

Berdasarkan simpulan dapat disarankan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas produk dan loyalitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu variabel kualitas produk yang meliputi indikator penampilan dan sikap karyawan, sarana prasaran dan fasilitas fisik, dan variabel daya tanggap yang meliputi indikator memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, membantu para pelanggan dan, merespon permintaan pelanggan harus lebih ditingkatkan lagi bagi konsumen agar nantinya dapat memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
2. Diketahui pada variabel reputasi merek yang meliputi indikator memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, memahami pelanggan dan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan. variabel loyalitas yang meliputi indikator ketepatan waktu dalam melakukan pelayanan, pelayanan yang sopan dan, memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan variabel jaminan yang meliputi indikator ketersediaannya fasilitas keamanan yang memadai, sikap karyawan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dan pengetahuan karyawan dan menumbuhkan rasa kepercayaan kepada konsumen, merupakan variabel yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Perusahaan untuk

mempertahankan dan bahkan meningkatkan lagi pelayanan guna memenuhi keputusan pembelian.

3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan lagi pelayanannya.