

BAB V

PENUTUPAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar. Berpengaruh signifikan berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang bermakna terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian variabel harga (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Berpengaruh positif berarti walaupun harga mengalami kenaikan maka keputusan pembelian juga akan ikut naik dan berpengaruh secara signifikan berarti harga mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Rumah Cetak Fatih Blitar. Hal ini berarti bahwa ketika kualitas pelayanan dan harga ditingkatkan secara bersamaan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Pengaruh positif menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut (kualitas pelayanan dan harga) memiliki arah hubungan yang sejalan dengan

keputusan pembelian. Pengaruh signifikan secara simultan menunjukkan bahwa kontribusi kedua variabel tersebut secara bersama-sama memiliki arti yang penting dan bermakna dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan kata lain, kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang secara kolektif menentukan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat di sarankan :

1. Bagi Rumah Cetak Fatih Blitar diharapkan dapat konsisten menjaga kualitas pelayanan dan harga. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian. Semakin banyak kelompok acuan yang tercipta maka akan mendorong keinginan konsumen lain untuk melakukan pembelian.
2. Bagi pengembangan akademis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dalam kajian manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat dijadikan landasan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan variabel-variabel lain yang mungkin juga berpengaruh, seperti promosi, citra merek, atau kepuasan pelanggan.