

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab 4 mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Percetakan Starlight Print Gresik”, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada percetakan Starlight Print Gresik.
- 2) Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada percetakan Starlight Print Gresik.
- 3) Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada percetakan Starlight Print Gresik.
- 4) Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada percetakan Starlight Print Gresik.
- 5) Berdasarkan hasil uji statistik secara simultan, variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada percetakan Starlight Print Gresik.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang sudah di paparkan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

##### **1. Bagi Akademik**

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan kontribusi atas perkembangan ilmu pengetahuan dan bisa menjadi sebagai sumber referensi dan dokumentasi sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian lain yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

## **2. Bagi Perusahaan**

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan, hal tersebut bisa menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan kedepannya. Karena dari keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian yaitu sebanyak 65,3%.

Diharapkan dengan mengetahui adanya faktor yang memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian, terutama pada variabel harga yang memiliki nilai pengaruh paling rendah supaya perusahaan bisa memberikan harga yang jauh lebih kompetitif. Dan untuk variabel kualitas produk dengan nilai pengaruh paling tinggi bisa di pertahankan dan bisa di tingkatkan lagi dengan model dan spesifikasi yang lebih variatif. Perusahaan harus bisa mempertahankan dan meningkatkan hal-hal yang menjadi faktor penentu untuk meningkatkan penjualan dan memberikan peluang kepada perusahaan untuk lebih maju.

## **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bisa menambahkan variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini dan juga pastinya yang berhubungan dengan keputusan pembelian seperti lokasi, brand image, brand trust dan lain sebagainya dengan harapan hasil dari penelitian selanjutnya dapat lebih baik.