

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditentukan dalam penelitian di lapangan dan setelah dioah dengan menggunakan SPSS tentang pengaruh *advertising* dan *service quality* terhadap *buying decision* pada Pondok Shang Pangkalpinang, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil deskriptif pada setiap indikator, variabel *advertising*, *service quality* dan *buying decision* masuk dalam kategori penilaian tinggi. Hal ini berdasarkan nilai yang diperoleh skor rata-rata yang dihasilkan variabel *advertising* adalah *attention* 3,56%, *desire* 3,64%, *interest* 3,5%, *action* 3,57%, serta skor rata-rata yang dihasilkan variabel *service quality* dengan dimensi *reability* sebesar 3,63%, *responsiviness* sebesar 3,69%, *assurance* sebesar 3,53%, *tangibels* sebesar 3,70, dan variabel keputusan pembelian sebesar 3,54%
2. Variabel *advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang. Dari hasil penelitian uji parsial diperoleh t_{hitung} untuk *Advertising* sebesar 11,286 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,973 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05, sehingga variabel *Advertising* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang.
3. Variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang. Dari hasil

penelitian uji parsial diperoleh t_{hitung} untuk *Service Quality* sebesar 2,266 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,973 dengan signifikansi sebesar 0,025 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05, sehingga variabel *Service Quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang.

4. Disimpulkan bahwa variabel *advertising* dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian dan mampu mendukung keputusan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang. Hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan angka R Square 0,558 atau 55% yakni berarti variasi variabel *buying decision* dapat dijelaskan oleh variabel *advertising* dan *service quality*, sisanya 45% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian. Hal ini dapat menunjukan bahwa variabel *advertising* dan *service quality* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *buying decision* berdasarkan koefisien determinasi dan uji F dapat tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_a diterima.

5.2 Saran

Hasil dari mempelajari dan menganalisis fenomena yang ada pada Pondok Shang Pangkalpinang, maka peneliti memberikan beberapa saran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Saran untuk penelitian selanjutnya

Bagi penelitian mendatang, hendaknya penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan instrument penelitian lebih diperdalam dan

dikembangkan lagi serta untuk menambahkan beberapa pilihan variabel pendukung, sehingga kemampuan mengukurnya lebih baik serta dapat mengkaji lebih dalam mengenai masalah dalam penelitian ini, dengan objek yang berbeda serta pertanyaan yang berbeda pada item-item kuisioner dan bagi penelitian mendatang khususnya yang akan meneliti tentang keputusan pembelian penulis berharap agar selanjutnya lebih mengkaji mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian dalam suatu cafe, rumah makan/restoran, distro dan lain-lain, terutama faktor-faktor yang belum diteliti dalam penelitian ini. Selain itu bagi penelitian mendatang hendaknya sampel dan daerah penelitian lebih diperluas lagi atau dapat mencari objek penelitian yang belum pernah diteliti sebelumnya untuk menghindari plagiasi dan penelitian mendatang dapat menambah variabel lain yang masih jarang diteliti sebelumnya sebagai faktor-faktor dalam keputusan pembelian.

2. Saran yang diajukan untuk Pondok Shang Pangkalpinang

Advertising, *Service Quality* dan *Buying Decision* sudah cukup baik akan tetapi diharapkan terus ditingkatkan agar lebih mudah dalam mencapai tujuan dan memajukan usaha pada Pondok Shang Pangkalpinang terus berkembang, adapun saran tersebut antara lain:

- a. Pondok Shang Pangkalpinang harus memperhatikan dimensi *desire* karena dinilai mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, Pondok Shang Pangkalpinang harus memperhatikan kembali pada

indikator kepercayaan konsumen akan produk agar konsumen membeli produk tersebut.

- b. Pondok Shang Pangkalpinang harus memperhatikan dimensi *interest* karena dinilai mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, Pondok Shang Pangkalpinang harus memperhatikan kembali pada informasi mengenai keunggulan produk yang dapat menarik perhatian konsumen agar membeli produk tersebut dan dapat membuat sikap konsumen memberi nilai yang baik kepada Pondok Shang Pangkalpinang.
- c. Pondok Shang Pangkalpinang harus memperhatikan dimensi *reability* karena dinilai mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, Pondok Shang Pangkalpinang harus memperhatikan kembali pada karyawan atau pegawai dalam memberikan pelayanan yang tepat saat konsumen melakukan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang.
- d. Pondok Shang Pangkalpinang harus memperhatikan dimensi *responsiviness* karena dinilai mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, Pondok Shang Pangkalpinang harus bersedia memperhatikan kembali para karyawan atau pegawai untuk lebih bersedia atau lebih tanggap dalam memberikan pelayanan saat konsumen melakukan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang.
- e. Pondok Shang Pangkalpinang harus memperhatikan dimensi *assurance* karena dinilai mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, Pondok Shang Pangkalpinang harus bersedia memperhatikan kembali para karyawan atau pegawai untuk lebih terampil dan berbakat agar

konsumen merasa aman saat konsumen melakukan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang.

- f. Pondok Shang Pangkalpinang harus memperhatikan dimensi *tangibels* karena dinilai mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, Pondok Shang Pangkalpinang harus bersedia memperhatikan kembali faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh pihak perusahaan bersih dan nyaman saat konsumen melakukan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang dan akan berdampak pada konsumen atau calon konsumen merasa puas serta membuat dampak yang positif pada keputusan pembelian pada Pondok Shang Pangkalpinang.