

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada bab IV, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Secara parsial variabel harga, tempat, promosi, proses dan bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan pembelian kuritos. Secara parsial variabel produk dan orang/karyawan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kuritos. Variabel bebas yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah Harga (X_2). Secara simultan, variabel bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang/karyawan, proses dan bukti fisik) terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 SARAN

Untuk membantu peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian yang lebih baik lagi, peneliti memberikan beberapa rekomendasi, antara lain sebagai berikut:

Keputusan untuk membeli kuritos sedikit banyak dipengaruhi oleh variabel harga, oleh karena itu variabel ini perlu dipertahankan.

Karena produk dan karakteristik orang/karyawan sama-sama berdampak pada keputusan untuk membeli kuritos, maka penting untuk mempertimbangkan keduanya dan membuatnya lebih baik.