

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Surya Bakery Kota Bengkulu. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Surya Bakery Kota Bengkulu.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Surya Bakery Kota Bengkulu.
3. Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Surya Bakery Kota Bengkulu.

5.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang perlu menjadi bahan pertimbangan serta saran bagi pihak terkait, sebagai berikut:

1. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1), disarankan bagi pihak perusahaan/toko untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Pelayanan yang lebih ramah, cepat, tepat, dan mampu memberikan rasa nyaman kepada konsumen diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Pihak perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap aspek

pelayanan yang dirasakan konsumen agar pelayanan yang diberikan benar-benar sesuai dengan harapan konsumen.

2. Pada variabel Harga (X_2), pihak Surya Bakery Kota Bengkulu disarankan untuk melakukan evaluasi harga secara berkala dengan mempertimbangkan keterjangkauan konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas dan ukuran produk, serta manfaat yang diterima konsumen. Penetapan harga sebaiknya tidak hanya berorientasi pada daya saing dengan bakery lain, tetapi juga mempertimbangkan persepsi konsumen terhadap nilai produk yang diperoleh. Surya Bakery dapat menyediakan beberapa pilihan ukuran dan harga sehingga konsumen memiliki alternatif sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya. Selain itu, pemberian paket hemat, potongan harga pada pembelian dalam jumlah tertentu, serta promo pada waktu tertentu dapat menjadi strategi untuk meningkatkan daya tarik harga tanpa mengurangi nilai produk. Dengan demikian, konsumen diharapkan merasa bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas, ukuran, rasa, dan manfaat produk yang diperoleh sehingga dapat mendorong keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, misalnya kualitas produk, promosi, lokasi, citra merek, kepuasan konsumen, atau faktor lainnya.

