

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh bauran promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di AK Phone Kota Jambi maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Skor rata-rata dari variabel bauran promosi adalah sebesar 332,9 dan dikategorikan tinggi/setuju. Secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan dikategorikan netral dengan rata-rata keseluruhan skor sebesar 329,5. Sedangkan variabel keputusan pembelian secara keseluruhan dinyatakan kategori netral dengan rata-rata keseluruhan sebesar 327,7.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di AK Phone Kota Jambi dengan nilai signifikansi variabel bauran promosi sebesar $0,028 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di AK Phone Kota Jambi dengan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel bauran promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di AK Phone Kota Jambi dengan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan dalam usaha meningkatkan keputusan pembelian konsumen adalah:

1. Bagi perusahaan AK Phone untuk meningkatkan dan mengoptimalkan bauran promosi, terutama *Card Member*, yang memiliki skor terendah, untuk meningkatkan keputusan pembelian di Kota Jambi.
2. Bagi perusahaan AK Phone untuk tetap fokus pada peningkatan fasilitas di toko, yang memiliki skor terendah dalam kualitas pelayanan, untuk meningkatkan keputusan pembelian di Kota Jambi.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambah variable lain dalam penelitian lanjutan terkait keputusan pembelian di AK Phone Kota Jambi.

