

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan pada pembahasan dari analisis data yang dijelaskan pada penelitian ini mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan variabel independen yaitu promosi, kualitas layanan, dan harga, maka didapatkan kesimpulan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan indikator frekuensi promosi yang memiliki pengaruh paling besar. Hal ini disebabkan karena dengan meningkatkan kegiatan promosi dapat memberikan informasi tentang apa yang ditawarkan dengan mempengaruhi kesadaran, ketertarikan, dan keputusan yang didesain menarik agar konsumen mau melakukan pembelian.

Selanjutnya pada variabel kualitas layanan yang menyatakan bahwa pada variabel ini berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan indikator jaminan yang memiliki pengaruh paling besar. Hal ini disebabkan karena dengan meningkatkan kualitas layanan dapat menunjukkan bahwa perusahaan menawarkan nilai lebih kepada konsumen sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian dan merasa puas karena sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kemudian penelitian ini juga menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan indikator keterjangkauan harga yang memiliki pengaruh paling besar. Hal ini disebabkan karena pada dasarnya jika perusahaan menurunkan harga produk, maka permintaan akan naik. Namun suatu perusahaan dapat menaikkan harga juga dapat meningkatkan permintaan karena harga tersebut juga diiringi dengan peningkatan kualitas dari suatu barang dan jasa, promosi, dan segi lainnya.

Dalam penelitian ini, ketiga variabel memiliki kontribusi yang relatif sama dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Namun variabel promosi memiliki pengaruh yang lebih besar dalam mengukur keputusan pembelian sebesar 35,5%.

V.2 Saran

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan simpulan dalam penelitian ini, maka beberapa saran yang dapat diberikan dengan harapan agar berguna bagi semua pihak yang membutuhkan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Bioskop CGV dapat mempertimbangkan segala sesuatu yang berkaitan dengan promosi, kualitas layanan, dan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian tiket. Diharapkan pihak bioskop CGV dapat meningkatkan aktivitas promosi penjualan yang rutin sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Selanjutnya, bioskop CGV diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan yang disediakan dengan tidak membatasi pembelian jumlah tiket sehingga konsumen bisa bebas mengajak teman ataupun keluarga untuk bersama-sama menonton bioskop. Kemudian pihak bioskop CGV diharapkan dapat memberikan harga tiket mencapai standar dari selera dari konsumen yang saat ini juga memperhatikan faktor lain yang bisa didapatkan dengan harga yang sesuai.

2. Bagi Akademisi

Dalam melakukan penelitian lanjutan, diharapkan dapat menambah beberapa variabel independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti lokasi, *digital marketing*, citra merek, dan lainnya agar dapat mengetahui bagaimana faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya juga diharapkan meninjau objek yang berbeda agar mengetahui apakah variabel yang diteliti memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.