

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli. Hal ini dilihat dari nilai F hitung $21,019 > F$ tabel $2,70$ dan nilai sig $0,000$ nilai tersebut lebih kecil dari tingkat sig yang telah ditetapkan yaitu $0,05$ ($\alpha = 5\%$).
2. Secara parsial variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli. Hal ini dilihat dari nilai t hitung $2,302 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai sig $0,024 < 0,05$ pada variabel kualitas pelayanan dan nilai t hitung $3,895 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ pada variabel harga. Sedangkan variabel motif sasirangan tidak berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli. Hal ini dilihat dari nilai t hitung $1,834 < t$ tabel $1,984$ dengan nilai sig $0,070 > 0,05$.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli, maka disarankan

bagi Dzifa Sasirangan agar mempertahankan kualitas pelayanan dan harga agar tercapai keputusan pelanggan membeli.

2. Dzifa Sasirangan akan lebih baik jika aktif mempromosikan produknya di *platform* dan *marketplace*. Hal ini akan meningkatkan minat pelanggan untuk membeli produk yang dijual oleh Dzifa Sasirangan dengan melihat detail motif sasirangan yang ditampilkan pada *platform* dan *marketplace*. Secara tidak langsung variabel motif sasirangan juga akan semakin berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli sehingga penjualan akan semakin meningkat yang dapat menambah profit Dzifa Sasirangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan mencari variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin karena dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli sebesar 37,8%. Sedangkan sisanya sebesar 62,2% dipengaruhi oleh faktor lain.