

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan *brand image* secara keseluruhan/ simultan mempunyai pengaruh signifikan dan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen sebesar 50,7% dan sisanya 49,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun rumus persamaan regresi adalah $Y = 4,434 + 0,625X_1 + 0,282X_2 + 0,300X_3$ yang memiliki pengaruh positif atau searah. Hal tersebut dibuktikan dengan uji F $32,963 > F_{tabel} 2.70$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang artinya variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan *brand image* baik atau naik dan memiliki hubungan yang kuat dan meningkat terhadap keputusan konsumen.
2. Variabel kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikansi terhadap keputusan konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan uji T yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $8,382 > t_{tabel} = 1.98498$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$
3. Variabel fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar $t_{hitung} > t_{tabel} = 1,1991 > t_{tabel} = 1.98498$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,049 > 0,05$.

4. Variabel *brand image* secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai thitung sebesar thitung > ttabel yaitu $2,092 > ttabel = 1.98498$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,039 > 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas dan *brand image* terhadap keputusan konsumen, karena variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan *brand image* mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya yaitu dengan memberikan pelayanan yang lebih baik agar pasien merasa puas dan nyaman, serta meningkatkan keamanan, menciptakan kepercayaan, meningkatkan dan mempertahankan kualitas yang ada sehingga keputusan pembelian akan meningkat.
2. Mengingat kualitas pelayanan, fasilitas dan *brand image* dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.