

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang Peneliti lakukan di wilayah Jakarta Timur, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa *public relation* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaan regresi berganda yang dihasilkan adalah  $Y = 9,981 + 0,283 X_1 + 0,495 X_2$ . Semakin baik koefisien regresi berganda, maka tingkat keputusan pembelian pelanggan *familymart* di Jakarta Timur akan semakin baik.
2. Secara parsial, *public relation* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), yang ditunjukkan oleh hasil Uji T dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,789 > 1,98472$ ) dan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *public relation* terhadap keputusan pembelian.
3. Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), yang ditunjukkan oleh hasil Uji T dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $12,232 > 1,98472$ ) dan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang Peneliti lakukan pada di wilayah Jakarta timur maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Public Relation* dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, disarankan agar dapat memperbaiki ketentuan atas public relation, yaitu:
  - a. Lebih ditingkatkan lagi dalam prestasi yang perlu diraih oleh *FamilyMart*, ditinjau kembali agar kegiatan pelayanan masyarakat *FamilyMart* melibatkan partisipasi masyarakat dengan lebih baik., tingkatan publikasi *FamilyMart* di media cetak seperti koran, majalah agar pelanggan lebih mengetahui. Dengan cara meningkatkan dan memperbaiki kebutuhan-kebutuhan tersebut , maka hal itu akan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian.
  - b. Selanjutnya, untuk membuat kualitas pelayanan pelanggan berjalan dengan baik maka disarankan meningkatkan pengambilan keputusan untuk membeli produk di *FamilyMart* atas pengalaman orang lain, meningkatkan daya pilih pelanggan untuk memilih *FamilyMart* dibandingkan dengan minimarket lain, meningkatkan kepercayaan pelanggan bahwa kualitas produk *FamilyMart* sangat

baik, hal-hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk *FamilyMart*.

2. *Public Relation* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, disarankan agar dapat lebih ditingkatkan lagi dalam prestasi yang perlu diraih oleh *FamilyMart*, ditinjau kembali agar kegiatan pelayanan masyarakat *FamilyMart* melibatkan partisipasi masyarakat dengan lebih baik., tingkatan publikasi *FamilyMart* di media cetak seperti koran, majalah agar pelanggan lebih mengetahui. Dengan cara meningkatkan dan memperbaiki kebutuhan-kebutuhan tersebut , maka hal itu akan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian.
3. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian maka disarankan meningkatkan pengambilan keputusan untuk membeli produk di *FamilyMart* atas pengalaman orang lain, meningkatkan daya pilih pelanggan untuk memilih *FamilyMart* dibandingkan dengan minimarket lain, meningkatkan kepercayaan pelanggan bahwa kualitas produk *FamilyMart* sangat baik, hal-hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk *FamilyMart*.