

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* dijakarta 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 thitung $>$ ttabel ($10,789 > 1,98472$) 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 thitung $>$ ttabel ($12,232 > 1,98472$) 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., tingkatkan 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., tingkatkan 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*.