

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam Bab IV, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Thrift Branded469 Binjai. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis pertama yang telah dirumuskan oleh peneliti yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Thrift Branded469 Binjai diterima.
2. Promosi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko thrift branded469 binjai. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis kedua yang telah dirumuskan oleh peneliti yaitu terdapat pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan pembelian pada toko Thrift Branded469 Binjai diterima.
3. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko thrift branded469 binjai. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis ketiga yang telah dirumuskan oleh peneliti yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan

terhadap keputusan pembelian pada toko Thrift Branded469 Binjai diterima.

4. Hasil uji F (simultan) bersama - sama membuktikan bahwa kualitas pelayanan, promosi media sosial dan *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada toko Thrift Branded469 binjai. Dengan demikian hipotesis keempat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

- a. Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada konsumen hendaknya tetap dipertahankan, dan dapat ditingkatkan lagi dengan cara memberikan pelayanan yang cepat saat dikasir, selalu merapikan pakaian thrift agar sesuai dengan jenis pakaian dan memberikan kotak saran kepada konsumen agar informasi yang diberikan dapat dijadikan masukan dan perbaikan secara terus menerus bagi toko Thrift branded469 Binjai.
- b. Promosi yang dilakukan melalui Media Sosial hendaknya tetap dipertahankan, dan dapat ditingkatkan lagi dengan cara melakukan promosi pada e-commers Lazada dan Toko Pedia serta melakukan promosi melalui youtube dan tweeter karena

semakin banyak promosi yang dilakukan akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli pada Toko Thrift Branded469 Binjai.

- c. *Word Of Mouth* yang positif (review produk yang baik) hendaknya tetap dipertahankan, dan dapat ditingkatkan lagi dengan memberikan give away kepada konsumen, meningkatkan penjualan melalui reseller, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa senang dan puas sehingga dapat memberikan ulasan yang baik kepada para calon konsumen lainnya dan dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli pada toko Thrift Branded469 Binjai.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperbanyak sampel dengan memperluas area penelitian, sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih universal atau populasi yang diwakilkan lebih luas.
- b. peneliti berikutnya disarankan menambah variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti variabel kualitas produk, harga dan lokasi ataupun variabel lain yang berbeda dari penelitian ini sehingga dapat menjadi sumber informasi baru bagi penelitian selanjutnya.