

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik dan pembahasan dalam penelitian pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Lottemart Wholesale Medan, maka didapatkan beberapa kesimpulan, yaitu;

1. Secara parsial variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan secara bersama-sama promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka semakin tinggi tingkat promosi penjualan dan kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lottemart Wholesale Medan.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan keduanya memberikan pengaruh sebesar 84,3% terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lottemart Wholesale Medan, sisanya sebesar 15,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini..
3. Berdasarkan pembahasan dan analisis statistik dalam penelitian ini dapat disimpulkan terdapat pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lottemart Wholesale Medan yang berarti hipotesis pertama, kedua, dan ketiga diterima.

1.2 Saran

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti selama melakukan penelitian di Lotteart Wholesale Medan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak Lottemart Wholesale Medan
 - a. Untuk Lotteart Wholesale Medan diharapkan untuk tetap mampu mempertahankan bahkan meningkatkan promosi penjualan yang dilakukan. Bila dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan peneliti, responden sangat antusias terhadap promosi yang di sajikan, hal ini dibuktikan bahwa pernyataan pada indikator kualitas promosi dan sasaran promosi memiliki nilai yang tertinggi, namun bila dilihat dari indikator lainnya yaitu frekuensi promosi serta waktu promosi memiliki nilai terendah, maka dapat disimpulkan bahwa sebenarnya promosi yang disajikan sudah baik namun seberapa sering promosi dilakukan dan durasi waktu promosi dianggap konsumen terlalu jarang dan singkat. Maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah dengan meningkatkan frekuensi dari promosi penjualan, semakin sering promosi dilakukan maka akan semakin menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, mungkin dengan mengikut tren terkini, membagikan informasi promosi tidak hanya dengan aplikasi WhatsApp dan Instagram, agar lebih memperluas pasar dapat menggunakan aplikasi lainnya seperti Tiktok dengan membuat konten menarik, LinkedIn untuk memperoleh sasaran konsumen kaum

milennial lulusan pendidikan tinggi dengan gaji diatas rata-rata, twitter dan berbagai aplikasi lainnya yang akan menarik minat konsumen, dan memperpanjang durasi atau waktu promosi.

- b. Bila diperhatikan dari variabel kualitas pelayanan, ada beberapa aspek yang perlu ditinjau ulang. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang dibagikan, indikator kehandalan memiliki nilai paling kecil, kehandalan berupa pelayanan terpercaya, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama ke semua pelanggan tanpa kesalahan, dan sikap yang simpatik. Namun, tidak jarang peneliti mendapati keluhan konsumen berupa cara kerja kasir yang lambat, pelayanan antara customer biasa dan member dibedakan, serta disediakan banyak kasir namun hanya beberapa yang aktif, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Maka saran dari peneliti adalah dengan memberikan reward kerja bagi karyawan serta melakukan evaluasi terhadap perilaku dan cara kerja karyawan, dapat melalui kegiatan bersama diluar jam kerja atau pun pelatihan khusus agar membangun kembali semangat karyawan dalam bekerja sehingga mampu lebih seakatan dan bersikap lebih baik kepada customer, bila pelayanan baik akan membuat tingkat keputusan pembelian konsumen tinggi pula.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lottemart Wholesale Medan, dimana dari hasil penelitian ini masih banyak pengaruh faktor lainnya di luar variabel yang diteliti. Maka untuk itu peneliti menyarankan adanya penelitian lanjut dan mendalam menambah atau mengganti variabel bebas terhadap Keputusan Pembelian.

