

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, Kualitas Pelayanan, Harga, *Brand Image*, *Cashback*, dan Kelengkapan Produk terhadap keputusan pembelian pelanggan Alfamart. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Alfamart. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang diberikan maka, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian di Alfamart.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Alfamart. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian di Alfamart.
3. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Alfamart. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga yang diberikan maka, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian di Alfamart.
4. *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Alfamart. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra maupun mutu merek yang diberikan maka, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian di Alfamart.

5. *Cashback* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Alfamart. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak *cashback* yang diberikan maka, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian di Alfamart.
6. Kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Alfamart. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap produk yang diberikan maka, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian di Alfamart.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Alfamart
 - a. Dari variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, perusahaan Alfamart untuk lebih memperhatikan dan mempertahankan promosi yang saat ini bisa dikatakan baik bagi pelanggan untuk meningkatkan keputusan pembelian.
 - b. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, untuk perusahaan Alfamart agar dapat mempertahankan maupun meningkatkan kualitas pelayanan sehingga pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan dan akan melakukan pembelian berkelanjutan.
 - c. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana dalam hal ini manajemen Alfamart harus selalu memperhatikan

harga yang relatif lebih baik dan kompetitif. Karena harga merupakan faktor penentu utama dalam keputusan pembelian.

- d. *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, untuk perusahaan Alfamart mempertahankan dan meningkatkan citra yang baik sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
- e. *Cashback* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, agar perusahaan Alfamart untuk lebih memperhatikan dalam menarik minat konsumen menggunakan cashback, karena cashback merupakan faktor penting dalam menarik minat pelanggan, dengan adanya cashback yang diberikan konsumen akan merasa diuntungkan dengan adanya cashback ketika mereka melakukan pembelian.
- f. Kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, perusahaan Alfamart untuk lebih memperhatikan ketersediaan produk secara lengkap baik dalam berbagai macam merek terpercaya maupun berkualitas.

2. Penelitian mendatang

Penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel lain seperti lokasi, motivasi konsumen, kepercayaan dll. Hal ini karna masih terdapat faktor lain maupun variabel lain yang jarang diteliti yang mempengaruhi keputusan pembelian.