

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkan pada pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Semen di PT. Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan Semen di PT. Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan Semen di PT. Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik.
4. Kualitas Layanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan Semen di PT. Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Melihat hasil penelitian ini harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian Semen di PT. Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik, oleh karena itu perusahaan harus menjaga kestabilan harga semen agar dapat menarik konsumen.

- b. PT. Semen Indonesia Gresik diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan semen agar dapat menjadikan kepercayaan bagi pelanggan dan menarik konsumen.
- c. Variabel *brand image* memiliki pengaruh yang paling rendah dalam penelitian ini, sehingga perusahaan harus lebih berfikir untuk memberikan penambahan *brand* yang menarik atau unik pada produk semen agar dapat menarik konsumen.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dengan mengkaji kembali kualitas layanan dengan keputusan pembelian dalam konteks pembelian *business to consumer* dan *business to business*.