

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Clarissa.
2. Harga berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan pembelian pada Toko Clarissa.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Clarissa.
4. *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Clarissa.
5. Hasil uji hipotesis melalui uji F (simultan) menyatakan bahwa variabel kualitas layanan, harga, lokasi dan *brand image* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Clarissa.

1.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka saran-saran dari peneliti yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. **Bagi Aspek Manajerial (Pengelola)**
 - a. Kualitas layanan : bagi perusahaan penting untuk menjaga kebersihan dan kerapian Toko Clarissa agar membuat konsumen tertarik untuk membeli

produk. Karyawan Toko Clarissa hendaknya lebih ramah dan sopan saat melayani konsumen, agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko Clarissa. Juga membekali karyawan dalam hal pengetahuan mengenai produk yang dijual di Toko Clarissa agar konsumen merasa terbantu.

- b.** Harga : bagi perusahaan harga merupakan salah satu yang paling utama dalam berjalannya suatu usaha, hendaknya memperhatikan harga yang ditawarkan supaya tetap terjangkau agar konsumen tidak berpindah ke tempat lain. Bagi pihak perusahaan dari segi harga hendaknya perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi supaya menyesuaikan antara harga dengan kualitas produk dan manfaat dan nilai yang diperoleh oleh konsumen.
- c.** Lokasi : bagi pengelola Toko Clarissa hendaknya bisa mempertahankan dalam pemilihan tempat yang strategis dan apabila hendak membuka cabang harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan dimasa mendatang.
- d.** *Brand image* : bagi pengelola hendaknya memperhatikan citra merek produk yang ditawarkan, diharapkan agar model atau desain produknya lebih menarik dan unik, produknya juga nyaman dipakai agar konsumen merasa puas dan melakukan pembelian ulang.

2. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Untuk penelitian selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperbanyak jumlah variabel bebas yang belum peneliti lakukan dalam penelitian ini seperti ; promosi, word of mouth, dll. Dan menggunakan alat teknik analisis yang berbeda untuk mengetahui tingkat nilai pengukurannya antara alat regresi linear berganda dengan alat analisis sam maupun path.