

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukannya penelitian ini secara langsung dengan menyebarkan 91 angket responden yang selama kurang lebih 18 hari yang diajukan kepada 91 pembeli Toko Gerai BB Sako Palembang. Kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi oleh responden. Dalam penelitian hasil angket ini peneliti menggunakan aplikasi *SPSS versi 25*, bahwa terdapat pengaruh antara strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pakaian di Toko Gerai BB Sako Palembang sebesar 0,282 atau 28,2% dan sisanya dipengaruhi dengan faktor lain. Jadi, sebagian kecil variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.

Variabel Strategi pemasaran (X1) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,286 > 1,98698$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Jika semakin tinggi tingkat dalam strategi pemasaran maka semakin tinggi juga tingkat keputusan pembelian pakaian dan begitu juga sebaliknya.

Variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,326 > 1,98698$), dan taraf signifika yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 ($0,05 \leq 0,05$). Jika semakin tinggi tingkat dalam kualitas pelayanan maka semakin tinggi juga tingkat keputusan pembelian pakaian dan begitu juga sebaliknya.

Variabel Strategi Pemasaran (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Ditunjukkan dengan

hasil uji F diperoleh hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($17,240 > 3,10$) dan taraf signifikan yang lebih kecil $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Jika strategi pemasaran dan kualitas pelayanan semakin meningkat maka keputusan pembelian pakaian juga akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil keseluruhan dalam penelitian ini, sehingga diberikan saran sebagai berikut :

1. Toko Gerai BB Sako Palembang dapat memanfaatkan strategi pemasaran secara intensif untuk kemajuan dan membuat banyak konsumen berminat untuk membeli barang atau produk.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian, strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang sudah dilaksanakan namun belum maksimal. Dengan ini, perlu peningkatan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan dari Toko Gerai BB Sako Palembang.
3. Untuk membuat konsumen agar berminat membeli di Toko Gerai BB Sako Palembang, maka pemilik toko perlu adanya dukungan dari konsumen, fasilitas dan sarana serta sumber daya yang ada. Dengan itu, untuk mengoptimalkan keputusan pembelian konsumen supaya bisa lebih efektif dan efisien.