

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan penelitian dapat disimpulkan bahwa CV. Emindo di pengaruhi oleh promosi dan pelayanan sebagai berikut :

1. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya
2. Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya
3. Variabel promosi dan pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya

5.2 Saran

Berdasarkan penjelasan kesimpulan di atas, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi CV.Emindo, semoga selalu meningkatkan kualitas promosi dan pelayanan agar dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. promosi dan pelayanan yang efektif dapat meningkatkan minat beli konsumen secara signifikan.

2. Bagi peneliti lain, ada baiknya untuk menambahkan variabel dan indikator lain selain promosi dan pelayanan yang mungkin penting dalam menentukan keputusan pembelian. Hal ini bertujuan untuk memberikan

bukti empiris untuk penelitian selanjutnya, contoh variabel yang bisa digunakan dalam penelitian selanjutnya meliputi, harga, kualitas produk dan citra merek. termasuk variabel lain yang dapat menjadikan acuan perusahaan untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

