

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan penelitian :

1. Tidak ada korelasi antara kualitas produk dengan citra perusahaan PT SMS.
2. Citra perusahaan di PT SMS dipengaruhi secara positif oleh persepsi harga.
3. Di PT SMS kualitas pelayanan berdampak positif terhadap citra perusahaan..
4. Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian PT SMS untuk membeli dengan cara yang menguntungkan.
5. Di PT SMS, keputusan pembelian tidak terpengaruh oleh persepsi harga.
6. Di PT. SMS, keputusan tentang pembelian dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan..
7. Di PT. SMS, keputusan pembelian dipengaruhi secara positif oleh citra perusahaan.
8. Citra perusahaan tidak memperantarai pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
9. Citra Perusahaan memediasi pengaruh persepsi harga kepada keputusan pembelian pada konsumen PT SMS.
10. Citra perusahaan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan PT SMS.

5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran

5.2.1. Keterbatasan penelitian

Penelitian hanya menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian dengan citra Perusahaan sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, eksplorasi lebih lanjut memeriksa berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

5.2.2. Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan citra perusahaan sebagai mediasi. Harapan penulis dengan hasil dari penelitian ini dapat berupa meningkatkan kualitas barang seperti melakukan quality control produk dan melakukan tinjauan untuk supplier produk. Meningkatkan persepsi harga dengan memperhatikan peraturan pemerintah terkait klem BPJS. Peningkatan dari segi kualitas pelayanan seperti penampilan karyawan, penampilan sangat diperlukan dalam menghadirkan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Lalu meningkatkan citra perusahaan seperti perubahan logo agar perusahaan makin terkesan segar atau lincah menghadapi tantangan baru. Serta meningkatkan keputusan pembelian agar pelanggan loyal dengan menerapkan program diskon produk dan bonus untuk setiap pembelian