

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian pada UD. Kelapa Sari Blitar diketahui hasil bahwa pelayanan dan promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UD. Kelapa Sari Blitar yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pelayanan (X1) mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) sebesar $0,491^2 = 0,2410$ atau 24,1%
- b. Kontribusi Promosi Penjualan (X2) secara mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar $0,271^2 = 0,0734$ atau 7,34%

Bahwa terdapat pengaruh antara pelayanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian, karena pelayanan seperti komunikasi, keamanan, sopan santun dan kinerja pelayanan sangat dibutuhkan di setiap perusahaan. Selain itu promosi penjualan untuk merangsang dan membujuk pelanggan agar membeli seperti *Customer promotion*, *Trade promotion*, *Business promotion*. Sehingga dengan adanya pelayanan yang baik dan promosi penjualan akan membentuk keputusan pembelian dan pelanggan akan tertarik dengan produk yang di promosikan.

2. Hasil penelitian pada UD. Kelapa Sari Blitar diketahui hasil bahwa pelayanan dan promosi penjualan berpengaruh Loyalitas Pelanggan pada UD. Kelapa Sari Blitar yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pelayanan (X1) mempengaruhi loyalitas pelanggan (Z) sebesar $0,265^2=0,0702$ atau 7,02%
- b. Promosi penjualan (X2) mempengaruhi loyalitas pelanggan (Z) sebesar $0,318^2 = 0,01011$ atau 10,11%.

Bahwa terdapat pengaruh antara pelayanan dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan, karena melayani pelanggan harus memiliki kemampuan dalam melayani pelanggan yang membeli secara tepat dan cepat. Selain itu harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah dan bertanggung jawab penuh terhadap pelanggan, bersikap yang sabar kepada pelanggan agar pelanggan merasa dihargai. Dan pelanggan akan bersedia kembali lagi untuk membeli dengan adanya iklan dari media cetak maupun elektronik contohnya: lewat radio, televisi, koran atau majalah, banner. Kupon undian untuk pelanggan yang membeli, diskon setiap pembelian lebih banyak, mendapatkan bonus bagi pelanggan yang membeli lebih dari satu produk, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan lebih banyak membeli, menyerang aktifitas pesaing, meningkatkan pembelian tanpa rencana sebelumnya. Sehingga menimbulkan pelanggan yang loyal terhadap produk tersebut.

B. Saran

Terbukti terdapat beberapa kelemahan dari pelayanan dan promosi penjualan maka ada beberapa cara dari penelitian ini:

- 5) Seharusnya lebih berkomunikasi kepada konsumen seperti senyum dan menyapa kepada pelanggan yang baru datang agar pelanggan merasa dihargai dan cepat menanggapi keinginan pelanggan dalam hal pesanan atau pembelian.
- 6) Memperbaiki promosi penjualan dalam hal mengenalkan produk-produk baru kepada para pelanggan seperti dengan media elektronik dan media cetak sebagai sebuah sponsor dan sering mengadakan event-event. Selain itu juga harus mempengaruhi atau membujuk konsumen lebih ditingkatkan lagi seperti adanya hadiah, bonus, potongan harga, dan membuat kontes undian atau kupon bagi para pelanggan (toko dan pengecer). Sehingga akan menarik minat beli pelanggan.
- 7) Meningkatkan pelayanan dan promosi penjualan, sehingga bisa membantu pelanggan dalam membuat keputusan pembelian untuk membeli di perusahaan, dengan begitu diharapkan didapatkan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.