

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di ANS Cellular Luragung Kuningan. Adapun kesimpulan yang diperoleh dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kelengkapan Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Smartphone di ANS Cellular
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin baik Pelayanan yang diberikan maka Keputusan Pembelian pada produk Smartphone di ANS Cellular juga akan semakin meningkat.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin tinggi tingkat Persepsi yang diberikan maka Keputusan Pembelian pada produk smartphone di ANS Cellular juga akan semakin meningkat.
4. Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin lengkap produk yang ditawarkan maka Keputusan Pembelian pada produk Smartphone di ANS Cellular juga akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyampaikan saran dengan harapan dapat dijadikan sebagai langkah Keputusan Pembelian melalui Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kelengkapan Produk. Berikut adalah saran yang dapat penulis sampaikan untuk meningkatkan Keputusan Pembelian Smartphone di ANS Cellular :

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, indikator “*Reliability*” dan “*Assurance*” memiliki nilai yang rendah. Maka dari itu disarankan agar ANS Celular memperkuat kualitas pelayanan khususnya pada indikator Reliability dan Assurance. Pada aspek Reliability, perusahaan perlu memastikan konsistensi dalam penyediaan informasi produk yang akurat, ketepatan waktu dalam pengiriman, serta keandalan dalam memenuhi setiap janji layanan kepada pelanggan. Sementara itu, pada aspek Assurance, ANS Celular perlu meningkatkan kompetensi dan pengetahuan staf penjualan mengenai spesifikasi serta keunggulan produk, sekaligus memberikan rasa aman melalui pelayanan yang ramah, profesional, dan dapat dipercaya. Dengan penerapan strategi tersebut, konsumen akan merasa lebih yakin terhadap kredibilitas perusahaan sehingga mendorong peningkatan keputusan pembelian smartphone di ANS Celular.
2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian, indikator “Keterjangkauan Harga” dan “Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk” memiliki nilai yang rendah. Maka dari itu disarankan agar ANS Celular memperhatikan variabel persepsi harga, khususnya pada indikator “Keterjangkauan Harga” dan “Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk”. Pada aspek keterjangkauan harga, perusahaan perlu menetapkan strategi penetapan harga yang kompetitif dan sebanding dengan daya beli konsumen, sehingga produk yang ditawarkan dapat diakses oleh berbagai segmen pasar. Sementara itu, pada aspek kesesuaian harga dengan kualitas produk, ANS Celular perlu memastikan bahwa harga yang ditawarkan sepadan dengan spesifikasi, fitur, dan ketahanan produk, sehingga konsumen merasa memperoleh nilai yang sesuai dari pembelian mereka. Dengan penerapan strategi tersebut, konsumen akan memiliki persepsi positif terhadap harga yang ditawarkan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keputusan pembelian di ANS Celular.
3. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian, indikator “Keragaman Produk Yang Dijual” dan “Macam Merk Yang Tersedia” memiliki nilai yang rendah. Maka dari itu

disarankan agar ANS Celullar memperkuat variabel kelengkapan produk, khususnya pada indikator “Keragaman Produk Yang Dijual” dan “Macam Merek Yang Tersedia”. Pada aspek keragaman produk, perusahaan perlu menyediakan berbagai pilihan tipe smartphone dengan variasi spesifikasi, kapasitas, dan rentang harga yang dapat menyesuaikan kebutuhan konsumen dari berbagai segmen. Sedangkan pada aspek macam merek yang tersedia, ANS Celullar perlu memperluas ketersediaan merek-merek smartphone populer maupun alternatif sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan sesuai preferensi dan loyalitas merek masing-masing. Dengan demikian, keberagaman dan kelengkapan produk yang ditawarkan akan meningkatkan daya tarik toko, memperbesar peluang konsumen menemukan produk yang sesuai, serta pada akhirnya mendorong peningkatan keputusan pembelian di ANS Celullar.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan wilayah penelitian dan menggunakan jumlah responden yang lebih besar agar hasil penelitian dapat memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Selain itu, peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain, seperti citra merek, kualitas produk, atau strategi promosi, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian campuran (Mixed Methods) untuk memperoleh data yang lebih mendalam mengenai persepsi dan preferensi konsumen, sehingga hasil penelitian di masa mendatang dapat memberikan kontribusi yang lebih luas bagi pengembangan strategi pemasaran.