

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Simpulan ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, promosi, reputasi, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada jasa WO Kapulaga di DIY. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan hasil penelitian yaitu :

1. Persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di WO Kapulaga di DIY. Harga yang ditetapkan oleh WO Kapulaga dapat dipersepsikan oleh pengguna dengan baik dan harga yang ditetapkan di harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas layanan yang ditawarkan.
2. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di WO Kapulaga di DIY. WO Kapulaga sudah melakukan promosi yang baik melalui media cetak berupa brosur dan baliho yang ada di jalan, akan tetapi promosi tersebut kurang menarik perhatian calon pengguna jasa WO Kapulaga.
3. Reputasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di WO Kapulaga di DIY. WO Kapulaga memberikan reputasi yang baik kepada konsumen bahwa jasa yang ditawarkan adalah baik dan dapat diandalkan, yang pada akhirnya akan membuat konsumen memutuskan untuk memakan layanan WO tersebut.

4. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di WO Kapulaga di DIY. Kualitas layanan WO Kapulaga yang diberikan kepada konsumen kurang maksimal dalam memberikan penjelasan, sehingga membuat konsumen berfikir kembali untuk melakukan keputusan pembelian dalam menggunakan jasa WO Kapulaga.

B. Keterbatasan Penelitian

Untuk melakukan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian yaitu :

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel persepsi harga, promosi, reputasi, dan kualitas layanan untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen, di sisi lain masih banyak variabel yang bisa diteliti untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk mendapatkan data responden hanya menggunakan kuisisioner.

C. Saran

Pada penelitian selanjutnya terdapat beberapa saran yang ditunjukkan kepada peneliti selanjutnya agar bisa melaksanakan dan mendapat hasil penelitian yang lebih baik lagi kedepannya :

1. Kepada peneliti selanjutnya tidak hanya menggunakan variabel persepsi harga, promosi, reputasi, dan kualitas layanan untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen. Disarankan untuk menambahkan

variabel - variabel lainnya yang diprediksi mempengaruhi, misalnya variabel kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan lokasi.

2. Metode wawancara bisa digunakan untuk melengkapi data kualitatif dalam penelitian ini.