

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah olah pada bab 4 di atas disimpulkan bahwa:

1. Tidak ada pengaruh promosi secara persial terhadap keputusan Mie Nyinyir Nganjuk.
2. Tidak ada pengaruh citra merek secara persial terhadap keputusan pembelian Mie Nyinyir Nganjuk.
3. Ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian Mie Nyinyir Nganjuk.
4. Ada pengaruh secara simultan dari promosi, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mie Nyinyir Nganjuk.

B. Implikasi

Secara teoretis hasil penelitian ini secara simultan membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan promosi, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian bahwa variabel yang memiliki pengaruh yaitu kualitas pelayanan sehingga kualtias pelayanan yang baik, ramah dan sopan dapat mempengaruhi keputusan seseorang tanpa melihat promosi dan citra merek yang ada pada Mie Nyinyir Nganjuk.

C. Saran

1. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi dengan referensi bacaan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sejenis yang berkaitan dengan promosi, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Mie Nyinyir

Diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak mie nyinyir dapat jadikan masukan bahwa masih banyak faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian selain promosi dan citra merek misalnya harga, outlet yang rapi, serta fasilitas yang disediakan