

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Super Iwan Jaya Kutoarjo dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Super Iwan Jaya Kutoarjo. Kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, karena semakin lengkap produk yang tersedia, semakin tinggi peluang konsumen memutuskan untuk membeli karena kebutuhan mereka dapat terpenuhi dengan lebih mudah, nyaman, dan memuaskan.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa Promosi Penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Super Iwan Jaya Kutoarjo. Promosi yang menarik, tepat sasaran, dan memberikan manfaat bagi konsumen dapat meningkatkan minat beli serta mendorong konsumen untuk segera melakukan pembelian.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Super Iwan Jaya Kutoarjo. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima konsumen, semakin besar kemungkinan mereka memutuskan untuk membeli, melakukan

pembelian ulang, serta merekomendasikan produk atau perusahaan kepada orang lain.

4. Berdasarkan hasil uji simultan diperoleh F_{hitung} sebesar $191,046 > 2,70$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Konsekuensinya adalah H_a diterima. Dengan demikian terbukti Kelengkapan Produk, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini diusahakan semaksimal mungkin dapat memperoleh hasil terbaik, namun pada kenyataannya penulis menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Super Iwan Jaya Kutoarjo masih jauh dari kata sempurna, hal ini terjadi karena masih adanya kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, oleh karena itu keterbatasan ini perlu diperhatikan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, persebarannya menggunakan google form secara *online* dan *offline* sebagian yang dimana memakan waktu lama untuk mendapatkan responden yang dibutuhkan.
2. Penelitian ini hanya dibatasi pada variabel Kelengkapan Produk, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan. Diharapkan pada penelitian selanjutnya

agar dapat menambah jumlah variabel lain sehingga dapat mengetahui faktor lain yang dapat mempengaruhi faktor keputusan pembelian.

3. Keterbatasan literature hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang peneliti dapatkan, sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian, maupun hasil analisisnya.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dikemukakan implikasi praktis dan teoritis, yaitu sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis memiliki beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan hasil analisis bahwa Kelengkapan Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, Super Iwan Jaya Kutoarjo perlu melakukan peningkatan kelengkapan produk diharapkan meningkatkan kecenderungan konsumen untuk memutuskan membeli di toko. Dengan demikian, kelengkapan produk tidak hanya meningkatkan keputusan pembelian, tetapi juga berpotensi meningkatkan nilai transaksi dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, semakin baik perusahaan dalam menjaga kelengkapan produk, semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian karena

kebutuhan mereka dapat terpenuhi secara lengkap, mudah, dan efisien.

2. Berdasarkan hasil analisis bahwa Promosi Penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian. Oleh karena itu, Super Iwan Jaya Kutoarjo dapat memberikan promosi penjualan yang selalu menarik pembeli bisa dengan memberikan berbagai promo menarik. Sehingga semakin efektif strategi promosi penjualan yang diterapkan perusahaan, semakin besar kemungkinan konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk. Namun, promosi harus dilakukan secara tepat sasaran dan tidak berlebihan agar tidak menurunkan persepsi kualitas maupun nilai produk di mata konsumen.
3. Berdasarkan hasil analisis bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan. Oleh karena itu, Super Iwan Jaya Kutoarjo salah satunya dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih cepat dan responsive, menjaga kenyamanan lingkungan pelayanan, memberikan informasi produk yang jelas dan akurat. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk membeli produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk keputusan pembelian dan mempertahankan pelanggan.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis memiliki beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Kelengkapan Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Astini & Amrita (2023) menyatakan bahwa kelengkapan produk adalah jumlah total dari segala sesuatu yang ditawarkan penjual kepada pembeli. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Milani, *et al*, (2023) dengan hasil penelitian bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Didukung juga dalam penelitian yang dilakukan Elda (2024) yang menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian bahwa Promosi Penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Napitupulu *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa promosi penjualan sebagai kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk dapat merangsang konsumen agar melakukan pembelian dengan waktu yang relatif singkat. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiranta & Khofifah (2025) dengan hasil penelitian bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Didukung juga dalam

penelitian yang dilakukan Andika & Rummyeni (2024) menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Fadhilah *et al.*, (2023) kualitas pelayanan mengacu pada upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian yang memenuhi harapan konsumen. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wong & Amri (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Didukung juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri *et al.*, (2025) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

