

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

1. Bahwa variabel – variabel Perilaku Konsumen ( $X_1$ ), Kualitas layanan( $X_2$ ), Citra Perusahaan ( $X_3$ ) dan Harga( $X_4$ ) secara simultan berpengaruh nyata terhadap Keputusan pembelian konsumen pada PT. Go-Jek Indonesia( $Y$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama tentang dugaan adanya pengaruh bersama dari variabel – variabel bebas ( $X$ ) tersebut terhadap Keputusan pembelian konsumen pada PT. Go-Jek Indonesia( $Y$ ) dapat diterima.
2. Bahwa pengaruh secara parsial variabel Perilaku Konsumen( $X_1$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap Keputusan pembelian konsumen pada PT. Go-Jek Indonesia( $Y$ ), variabel Kualitas layanan( $X_2$ ) berpengaruh nyata terhadap Keputusan pembelian konsumen pada PT. Go-Jek Indonesia( $Y$ ), variabel Citra Perusahaan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap Keputusan pembelian konsumen pada PT. Go-Jek Indonesia, dan Harga( $X_4$ ) berpengaruh nyata terhadap Keputusan pembelian konsumen pada PT. Go-Jek Indonesia( $Y$ ). Karena variabel Kualitas layanan( $X_2$ ), Harga ( $X_4$ ) saling berpengaruh terhadap variabel terikat ( $Y$ ), maka hipotesis variabel dapat diterima.

## 5.2. Saran

1. Diharapkan PT. Go-Jek Indonesia dapat meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya agar PT. Go-Jek Indonesia tetap menjadi pilihan konsumen dalam hal layanan.
2. Pihak perusahaan hendaknya dapat terus memperhatikan masalah penetapan harga dengan tetap memperhatikan harga pesaing, karena selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan salah satu faktor yang paling sensitif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Perusahaan harus lebih cermat dan memberi tindakan sanksi yang lebih tega lagi dikarenakan banyak driver yang tidak memakai atribut yang semestinya, hal ini bisa mempengaruhi citra bagi perusahaan dan memberi dampak pada persepsi konsumen dalam memutuskan pembelian.