BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bertolak dari Temuan penelitian mengenai dampak Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Planet Ban di Kota Surabaya, serta dari hasil analisis memakai metode *Partial Least Square* (PLS), kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut.

1. Di Planet Ban Kota Surabaya, Keputusan Pembelian konsumen mendapat kontribusi dari Citra Merek. Hasil ini memperlihatkan bahwa Keputusan Pembelian konsumen di Planet Ban Kota Surabaya kian tinggi sejalan dengan makin baiknya Citra Merek yang dipersepsikan konsumen, terutama lewat kesan positif terhadap para penggunanya (Citra Pemakai).
2. Kualitas Pelayanan turut menyumbang pada Keputusan Pembelian konsumen di Planet Ban Kota Surabaya. Kian baik Kualitas Pelayanan yang dirasakan konsumen, terutama dari sisi keandalan pelayanan (*Reliability*), kian tinggi pula Keputusan Pembelian konsumen di Planet Ban Kota Surabaya, sebagaimana tercermin dari hasil ini.

5.2 Saran

Bertolak dari kesimpulan yang telah diuraikan, tampak bahwa Keputusan Pembelian konsumen di Planet Ban Kota Surabaya ditopang oleh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan. Oleh sebab itu, demi mendongkrak Keputusan Pembelian konsumen sekaligus menyempurnakan penelitian yang akan datang, sejumlah saran

yang dapat dijadikan bahan pertimbangan perlu disampaikan bagi pihak Planet Ban ataupun peneliti berikutnya.

1. Planet Ban disarankan untuk terus menjaga dan memperkuat Citra Pemakai, karena dimensi ini terbukti menjadi dimensi yang paling dominan dalam membentuk Citra Merek pada penelitian ini. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menampilkan testimoni maupun pengalaman nyata pelanggan yang puas menggunakan produk dan layanan Planet Ban, baik melalui media sosial maupun promosi di outlet, sehingga membangun kesan positif di mata calon konsumen mengenai profil pengguna Planet Ban.
2. Planet Ban disarankan untuk terus meningkatkan keandalan pelayanan (*Reliability*), karena dimensi ini terbukti menjadi dimensi yang paling dominan dalam penelitian ini. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan memastikan konsistensi waktu pengerjaan sesuai yang dijanjikan, ketepatan prosedur servis, akurasi pencatatan transaksi, serta kecepatan dan ketepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan, agar kepercayaan konsumen terhadap layanan Planet Ban semakin meningkat.
3. Para peneliti berikutnya yang tertarik menelaah topik sejenis Dengan memasukkan beberapa Variabel-variabel lain yang berpotensi ikut memengaruhi Keputusan Pembelian, semisal Harga, Promosi, maupun Kepercayaan Merek (*Brand Trust*), dan disarankan untuk dikembangkan lebih lanjut. Di samping itu, supaya hasil penelitian lebih mudah digeneralisasi, cakupan wilayah, karakteristik responden, ataupun objek penelitian perlu juga diperluas ke bengkel maupun toko ban sejenis lainnya.