

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4) Dan *Emphaty* (X5) Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Tangibles* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.
2. *Reliability* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.
3. *Responsiveness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.
4. *Assurance* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.
5. *Emphaty* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.
6. *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Emphaty* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik kepada Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :  
Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung sebaiknya terus meningkatkan kualitas pelayanan seperti menggunakan peralatan yang lebih modern, membuka kedai tepat waktu, cepat dalam menangani keluhan konsumen,

sopan dalam melayani konsumen dan lebih memahami keinginan dari konsumen sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian pada Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.

### **5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya**

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh *Tangibles (X1)*, *Reliability (X2)*, *Responsiveness (X3)*, *Assurance (X4)* Dan *Emphaty (X5)* Terhadap Keputusan Pembelian (Y). untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur kepuasan konsumen.