

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menggunakan analisis data dari hasil statistic pengujian hipotesis, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah: Terhadap pengaruh Co-Marketing (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Ninja Expres Bandar Lampung.

#### **5.2 Saran**

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

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini yang telah dibahas dan kesimpulan, maka saran yang dapat diajukan kepada pihak Ninja Expres, yaitu:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini bahwa *Co-Marketing* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Ninja Expres Bandar Lampung, oleh karena itu diharapkan kepada pihak perusahaan untuk memperhatikan hal seperti informasi, mendesain logo yang lebih menarik, memperbaiki komitmen dan konsisten dalam memberikan pelayanan serta memberikan diskon bagi pelanggan Ninja Expres, sehingga masyarakat dapat membuat keputusan utama untuk menggunakan jasa Ninja Expres dalam pengiriman barang.
2. Berdasarkan hasil pengujian frekuensi data yang menunjukkan bahwa pernyataan yang paling di respon atau dijawab oleh konsumen yaitu; “Kualitas pelayanan jasa Ninja Expres lebih baik dibandingkan dengan jasa pengiriman yang lain”, maka disarankan kepada pihak Ninja Expres Bandar Lampung untuk memperbaiki informasi tentang layanan yang diberikan sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga masyarakat dapat membuat keputusan dalam menggunakan jasa Ninja Expres.

### **5.2.2 Penelitian Selanjutnya**

Saran yang dapat disampaikan untuk penelitian mendatang adalah sebagai berikut : Mengingat keterbatasan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk membahas tentang variabel-variabel lain. Selain itu juga agar dapat memperluas sampel penelitian dan menggunakan bentuk uji-uji statistic lainnya sehingga didapatkan hasil yang lebih baik lagi.