

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai pengaruh Service Quality terhadap Keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. CV. Bonanza *wedding organizer* sangat baik. Dimensi dari *service quality* yang paling tinggi skornya adalah *tangible* dibandingkan dengan *emphaty*, *resvonsibility*, *resvonsiveness*, dan *asurance*. Sehingga dapat diketahui bahwa konsumen CV. Bonanza *wedding organizer* memiliki kualitas sangat baik.
2. Keputusan pembelian  
Dimensi dari keputusan pembelian yang paling tinggi skornya adalah pemilihan merek. Sehingga dapat diketahui bahwa pertimbangan pembeli dalam menentukan keputusan pembelian cenderung didominasi oleh kesukaan terhadap CV. Bonanza *wedding organizer*, hal ini disebabkan karena CV. Bonanza *wedding organizer* dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya.
3. Pengaruh *service quality* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer* dinilai pasar positif di lihat dari koefisien determinasi antara kedua variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang kuat.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *service quality* agar dapat meningkatkan keputusan pembelian yaitu:

1. *Service quality* merupakan salah satu cara yang tepat untuk meningkatkan jumlah konsumen yang melakukan keputusan pembelian yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah volume penjualan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dimensi *reability* dan *asurance* memiliki tanggapan yang paling rendah dibandingkan dengan dimensi *tangible*, *emphaty* dan *resvonsibility*. Untuk itu perusahaan harus lebih memperhatikan strategi dekorasi pelaminan agar konsumen tertarik untuk menggunakan CV.Bonanza *wedding organizer*, selain itu perusahaan lebih memperhatikan kemudahan dalam melakukan hubungan kerja dari *emphaty* dengan menciptakan suasana hubungan kerja yang nyaman antara konsumen dan karyawan, kemudian perusahaan juga lebih memperhatikan pelayanan dalam hal ini adalah karyawan yang melayani calon konsumen dengan memberikan pelatihan rutin agar karyawan dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen CV.Bonanza *wedding organizer*.
2. Dalam menjalankan usaha, perusahaan harus selalu memahami perilaku konsumen. Gambaran dari perilaku konsumen dapat mempengaruhi pengambilan keputusan strategik di bidang pemasaran. keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam mendapatkan, menggunakan, dan membuang barang, atau jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhannya sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.