

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian jasa pada PT Citra Victory Titipan Kilat Cabang Kupang. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa pada perusahaan tersebut. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,533 unit, sementara setiap peningkatan satu unit dalam harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,518 unit. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian jasa pada PT Citra Victory Titipan Kilat Cabang Kupang. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong keputusan pembelian yang lebih baik.

#### **5.2 Implikasi Teoritis**

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi teoritis penting yang dapat berkontribusi pada literatur dan teori mengenai kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian. Berikut adalah beberapa implikasi teoritis yang dihasilkan dari penelitian ini:

1. Teori Kualitas Pelayanan: Teori kualitas pelayanan, seperti Model SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam konteks PT Citra Victory Titipan Kilat, teori ini menyiratkan bahwa meningkatkan dimensi kualitas pelayanan—seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik—akan meningkatkan persepsi pelanggan tentang nilai jasa dan mendukung keputusan pembelian yang positif. Oleh karena itu, pengelolaan dan peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten dapat menjadi strategi kunci untuk mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Teori Harga dan Elastisitas Harga: Teori harga dan elastisitas harga menyatakan bahwa harga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian, di mana perubahan harga dapat mempengaruhi permintaan terhadap jasa. Teori ini mengimplikasikan bahwa strategi penetapan harga yang tepat, termasuk diskon, penawaran khusus, dan harga yang kompetitif, dapat mempengaruhi persepsi nilai jasa oleh konsumen dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli dari PT Citra Victory Titipan Kilat. Penyesuaian harga yang sesuai dengan preferensi dan daya beli pelanggan dapat meningkatkan daya tarik jasa yang ditawarkan.
3. Teori Nilai Pelanggan: Teori nilai pelanggan menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh keseimbangan antara manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan. Dalam hal ini, konsumen akan mempertimbangkan seberapa besar manfaat yang mereka dapatkan dari kualitas pelayanan

dibandingkan dengan harga yang dibayar. Oleh karena itu, kombinasi antara kualitas pelayanan yang baik dan harga yang wajar akan memberikan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan, sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih jasa dari PT Citra Victory Titipan Kilat.

4. Model Kepuasan Pelanggan: Model kepuasan pelanggan, seperti Model Kepuasan Pelanggan Oliver, mengimplikasikan bahwa kualitas pelayanan dan harga adalah dua faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan jasa kepada orang lain. Implikasi teoritis ini menunjukkan bahwa PT Citra Victory Titipan Kilat perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga yang kompetitif untuk memastikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan mendukung keputusan pembelian yang positif.
5. Teori Perilaku Konsumen: Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk kualitas pelayanan dan harga. Dalam konteks ini, PT Citra Victory Titipan Kilat harus memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi perilaku konsumen dan membuat keputusan strategis untuk memenuhi harapan pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan dan penyesuaian harga dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian, sehingga pengelolaan kedua aspek ini menjadi krusial dalam strategi pemasaran perusahaan.

Secara keseluruhan, implikasi teoritis dari penelitian ini menekankan pentingnya integrasi antara kualitas pelayanan dan penetapan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian jasa. PT Citra Victory Titipan Kilat dapat menggunakan wawasan ini untuk merancang strategi yang lebih efektif dan berfokus pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

### **5.3 Implikasi Terapan**

#### **1. Kualitas Pelayanan (X1)**

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa pada PT Citra Victory Titipan Kilat Cabang Kupang. Oleh karena itu, perusahaan perlu fokus pada beberapa aspek berikut untuk meningkatkan kualitas pelayanan:

- a) **Pelatihan Karyawan:** Melakukan pelatihan berkala untuk karyawan guna meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mereka dalam melayani pelanggan. Karyawan yang terlatih dengan baik akan mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah.
- b) **Inovasi Layanan:** Mengadopsi teknologi terbaru dalam operasional perusahaan, seperti penggunaan aplikasi mobile untuk tracking pengiriman, atau layanan customer service berbasis chat yang dapat diakses 24/7. Inovasi ini akan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan.

#### **2. Harga (X2)**

Strategi Penetapan Harga yang Kompetitif untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Jasa

- a) **Evaluasi dan Penyesuaian Harga:** Melakukan evaluasi harga secara berkala berdasarkan kondisi pasar dan pesaing. Penyesuaian harga yang tepat dapat membantu perusahaan tetap kompetitif dan menarik lebih banyak pelanggan.
- b) **Penawaran Diskon dan Promosi:** Menyediakan diskon atau promosi khusus pada periode tertentu atau untuk pelanggan setia. Strategi ini dapat menarik pelanggan baru dan mendorong pembelian berulang dari pelanggan lama.

### 3. Keputusan Pembelian Jasa (Y)

Keputusan pembelian jasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga. Oleh karena itu, PT Citra Victory Titipan Kilat Cabang Kupang perlu menerapkan strategi yang terintegrasi untuk meningkatkan keputusan pembelian:

- a) **Mengukur Kepuasan Pelanggan:** Melakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin untuk mendapatkan umpan balik dan mengetahui area mana yang perlu ditingkatkan. Informasi ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi peningkatan pelayanan dan penetapan harga.
- b) **Personalisasi Layanan:** Memberikan pelayanan yang dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Personalisasi ini dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang.