

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand equity* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai variabel *brand equity* $t_{hitung} 3,210 > t_{tabel} 1,674$ dengan tingkat signifikansi yang digunakan peneliti yaitu 0,05. Pada tabel diperoleh nilai sig sebesar 0,002 yang berarti $0,002 < 0,05$. Artinya, variabel *Brand Equity* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai variabel kualitas pelayanan $t_{hitung} 4,836 > t_{tabel} 1,674$ dengan tingkat signifikansi yang digunakan peneliti yaitu 0.05. Pada tabel diperoleh nilai sig sebesar $<,001$ yang berarti $,001 < 0,05$. artinya, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel *Brand Equity* dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. dengan nilai $F_{hitung} 87,674 > F_{tabel} 3,175$. dengan taraf nilai signifikansi 5%, yaitu sebesar $<,001$ lebih kecil dari 0,05. Yang artinya *brand equity* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi terlihat bahwa variabel *brand equity* dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 78%. Dan sisanya

22% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, *brand trust* dan *brand image*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis keseluruhan yang telah dilakukan penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Jamaah

- a. Untuk selalu konsultasi kepada pihak keluarga ataupun orang yang dipercaya jika ingin berangkat ibadah umroh maupun haji.
- b. Mengecek *track record* pihak travel yang telah dipilihnya melalui media sosial dan dokumentasi yang ada.
- c. Memilih travel yang jujur dan amanah ketika ingin berangkat sehingga jamaah pun merasa tenang dan percaya.
- d. Jangan sampai tergiur oleh pihak travel yang memberikan harga yang sangat murah, karena apabila pihak travel memberikan harga yang sangat murah kemungkinannya berbohong atau membuat jamaah itu repot jamaah itu sendiri.

2. Bagi PT. Sultan Cahaya Madani

- a. Dari hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam memberikan kontribusi kepada pihak travel. Diharapkan manajemen dari pihak travel dapat terus meningkatkan *Brand Equity* dan kualitas pelayanan sehingga travel menjadi lebih baik lagi.
- b. Memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para jamaah, agar jamaah merasa nyaman dan tenang.
- c. Responsif ketika ada jamaah yang bertanya atau adanya terjadi masalah yang terjadi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Pada penelitian ini peneliti sebelumnya menggunakan sampel sebanyak 54 responden. Untuk penelitian selanjutnya alangkah baiknya ditambahkan lagi agar penelitiannya semakin bagus dan luas.
- b. Untuk peneliti selanjutnya lebih baik menambahkan variabel independent agar lebih luas lagi, dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi.