BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan yaitu:

1. Kulitas pelayanan yang diberikan Toko Atlantis Kota Mataram Nusa Tenggara Barat sudah memuaskan bagi para pelanggan. Hanya saja, terdapat beberapa faktor yang perlu untuk segera diatasi seperti ruangannya kecil kasir yang masing sedikit, Faktor-faktor ini biasanya akan menjadi masalah sehingga menghasilkan persepsi negatif terhadap pelayanan yang pernah diterima konsumen. Dilain pihak toko atlantis telah melakukan peningkatan dan perbaikan demi kenyamanan dan kepuasan pembelian konsumen dilihat dari segi kelengkapan eksesoris hp dan barang-barang elektronik lainnya yang sudah semakin lengkap
2. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti melihat promosi yang dilakukan sangat sangat mudah diketahui oleh masyarakat melalui media sosial dan variasi promosi tiap bulannya berubah-ubah, sehingga memotivasi dan menarik minat pelanggan untuk membeli. Atlantis juga menggunakan promosi ini menjadi alat untuk memberikan kepuasan pelanggan yang berdampak meningkatnya banyaknya pelanggan.

5.2 SARAN

Dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan Toko Atlantis Kota Mataram, sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan untuk dapat menjalin kerja sama dengan aplikasi pengirim barang seperti shoopee agar barang dapat dilihat oleh konsumen yang tidak hanya didaerah Lombok melaikan semua daerah di Indonesia agar konsumen lebih percaya untuk pengiriman barangnya.

2. Bagi pihak perusahaan, penulis melihat memang ruangan yang berada di Atlantis sedikit kecil maka dari itu untuk perusahaan agar ruangannya diperbesar demi kenyamanan konsumen.

3. Untuk karyawan Toko Atlantis agar mempertahankan keramahan dalam melayani konsumen.

4. Bagi pihak perusahaan untuk selalu memberikan harga yang murah kepada konsumen dengan kualitas terbaik dan selalu membuat promosi online seperti video-video pendek yang menarik untuk ditonton oleh konsumen.

5. bagi pihak perusahaan agar dapat memperbanyak kasir agar tidak banyak konsumen yang menunggu untuk membayar yang dapat menyebabkan kebosanan kepada konsumen.

6. Bagi pihak perusahaan agar dapat memperbaiki koneksi internet dalam mempromosikan barang agar hal tersebut tidak menjadi kendala yang serius.

7. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, jika ada penelitian yang serupa sebaiknya dilakukan dengan menambah objek maupun subjek yang diwawancarai, sehingga penelitian tersebut dapat mewakili kondisi kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen yang terjadi dilapangan secara lebih mendetail.

DAFTAR PUSTAKA

Armstong & Kotler. 2004. Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke 12, Jilit 1). Jakarta: Erlangga

Arikunto, S. (1997) Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Reneka Cipta.

Arikunto, S. (2010) Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Reneka Cipta.

Barata, A. A. (2003). Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT Gramedika Pustaka.

Azwar, S. (2013). Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset

Dharmmesta, B, S. 2002. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Dharmmesta, B, S. (1984). Azas-azas Manajemen Modern. Yogyakarta: Liberty.

Dharmmesta, B, S. (1993). Pengantar Bisnis Modern. Cetakan ketiga. Liberty: Yogyakarta.

Depdikbud. (1990). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta.Balai Pustaka.

Depdikbud. (1986). Kamus Pelajar. Jakarta: Balai Pustaka.

Gage, S. M. (2006). Strategi Pelayanan Pelanggan. Jakarta: Erlangga.

Gitosudarmo Indriyo. (2012) Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua, Cetakan Kedua. Penerbit: BPFE- Yogyakarta

Gunawan, Iman. (2014) Metode Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Heryanto, G. (1991). Promosi Penjualan. Jakarta: Binarupa Aksara.

Indriyo, G. (2012) Manejemen Pemasaran. Cek. Ke-Dua. Yogyakarta: BPFE

Kristiaji, W. C. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kristiadi, J, B. (1996) Administrasi/ Manejemen Pembangunan, Lembaga Administrasi Negara, Jakarta.

Kotler, P. 2005. Manejemen Pemasaran. Alih Bahasan Benyamin Molan Jilid 2. Jakarta Indeks.

Kotler, P. & Keller, K.L (2009) Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. (Bob sabran. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Amstrong. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran. (Damos Sihombing dan Wisnu Chandra K. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manejemen Pemasaran Jasa, Teori Dan Praktek. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat

Moleong, Lexy, J (2001) Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosada Karya.

Moleong, Lexy, J (2005) Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosada Karya.

Moleong, Lexy, J (2014) Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasution, M. Nur. (2004). Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nurhasyimad. (2010). Bab 2 Tijauan Pustaka 2.1 Pengertian Pelayanan. http:// www.damandiri.or.id /file/nurhasyimadunairbab2. pdf. (diakses tanggal 30 desember 2001 jam 14.20).

Peter, J. P. dan Olson, J. C. (1996). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. (Damos Sihombing. Dan Yati Sumiharti. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.

Peter, J. P. dan Olson, J.C. (2000). Prilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran (Ed.4. Jilit 2). Jakarta: Erlangga

Peter, J. P. dan Olson, J.C. (2014). Prilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran (Ed. 9. Jilid 2). Jakarta: Erlangga

Parasuraman, A. V. (2001). Delivering Quality Service. (diterjemahkan oleh sutanto). New York. The free press.

Rismayanti P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran kedai digital Dalam Meningkatkan Penjualan
(Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram Kedai Digital)

Rahmawati D. (2016). Pemilihan Dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi pemasaran online

Refki R. S. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (studi pada *founder* tausiyahku)

Ristania, N. dan Jerry, J. (2014). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada "Online Shop" S- Nexian Melalui Facebook. Jurnal Of Business Strategy End Execution, 2, 131-161

Saibani Ahmat, B. (2012) Metodologi Penelitian Kualitatif, Pustaka Setia Bandung

Satori, D dan Komariah, A. (2009) Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta

Samuelson, Paul. A. (2000) Makro Ekonomi.Jakarta: Erlangga.

Samuelson, P. A. (2002) Makro Ekonomi.Jakarta: Erlangga.

Sutrisni, H. (1984) Metodologi Research, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM

Sunyoto, Danang. (2013). Teori Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Prilaku

Supranto, J. (2001). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pasar.Cet.2. Jakarta: P T Rineka Cipta.

Sugiyono, (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D Bandung: Alfabeta

Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Alfabeta

Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D Bandung: Alfabeta

Sigit, S. (2002). Pemasaran Praktis (Practical Marketing). Cet. Ke-Dua. Yogyakarta: BPFE

Stemvelt R. C. (2004). Reception Of Servis Quality. (di terjemahkan oleh Purwoko). Allyn and bacon. Massachusetts.

Syaodih, S, N. (2010) Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosda Karya
Tjiptono, F. (2005). Prinsip-Prinsip Total Quality Service.Edisi V. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
Tjiptono, F. 2001. Strategi pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
Wijaya, T. (2011). Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta. PT INdeks.
Yong C. Z. dan Loh, L. (2003). The Quest Of Global Quality. (diterjemahkan oleh Sutanto). Jakarta: Pustaka Delapratasa.
Yamit, Z. (2010). Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Cet. 5. Yogyakarta: Ekonisia.
Https://Eprints.Uny.Ac.Id. Diakses Tanggal 3 Desember 2019, 21:02 Wita
Www.Repository.Unpas.Ac.Id. Di akses tanggal 4 Desember 2019, 06,42 Wita
https://eprints.uny.ac.id Di akses tanggal 02/12/2019
Www.repository.usd.ac.id Di akses tanggal 01/12/2019
https://inspirasipagi.id Di akses tanggal 07/01/2020

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

1. Pelayanan

Untuk Konsumen Tentang Pelayanan

1. Bagaimana tanggapan anda mengenai pelayanan yang diberikan toko Atlantis?
2. Mengapa lebih memilih menjadi konsumen pada toko Atlantis dibandingkan dengan toko lainya yang sudah ada?
3. Apa kelebihan pelayanan yang ada pada toko Atlantis dibandingkan toko lainnya?
4. Menurut anda apakah pelayanan yang diberikan toko Atlantis baik itu dari segi fasilitas karyawan dan lainya sudah sesuai dengan keinginan dan harapan?

Untuk Manager

Nama manager: Tommy

1. Apa saja yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan?
2. Apakah pegawai sudah melayani pengguna layanan dengan sopan santun dan ramah, mohon dijelaskan?
3. Apakah pegawai melayani dan menghargai setiap pelanggan yang datang,mohon dijelaskan?
4. Bagaimana kedisiplinan pegawai dalam melakukan proses pelayanan?

Untuk Karyawan

1. pelayanan yang diberikan Apa saja?
2. Apa saja kendala yang dialami dalam memberikan kualitas pelayanan terbaik pada konsumen?
3. Bagaimana menurut anda sudah maksimalkah pelayanan yang anda berikan kepada konsumen mohon dijelaskan?
4. Jika ada keluhan dari konsumen apakah keluhan tersebut direspon oleh karyawan?
5. Apakah dari pelayanan yang anda berikan perna mendapatkan komplain dari konsumen dan bagaimana tanggapannya?

2. Pertanyaan tentang Promosi Online

Manajer Atlantis

1. Bagaimana promosi penjualan yang dilakukan atlantis?
2. Mengapa anda memilih media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran dalam melakukan promosi?
3. Komunikasi yang anda lakukan kan secara tidak langsung jadi bagaimana mengetahui umpan balik para pelanggan?
4. Apakah promosi mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan?

Konsumen Atlantis

1. Apakah iklan/endorse yang dilakukan Atlantis menarik?
2. Bagaimana dengan promosi penjualan yang dilakukan? Apakah anda pernah mendapatkan promosi penjualan?
3. Apakah anda pernah mengunjungi atau mengikuti Instagram atlantis, saat kapan?
4. Bagaimana proses pembelian Online pada Atlantis?

Karyawan Atlantis

1. Bagaimana dengan tanggapan konsumen anda tentang promosi online yang atlantis lakukan, seperti apa tanggapan mereka?
2. Bagaimana cara yang anda lakukan agar akun anda diikuti banyak orang?
3. Apakah anda menggunakan efek foto? Mengapa efek foto diperlukan dalam promosi online anda?
4. Apa hambatan yang anda temukan dalam melakukan pemasaran melalui instagram?

LAMPIRAN

1. Observasi

Gambar 1.1 	**Keterangan Gambar 1.1** **Toko Atlantis Kota Mataram**
Gambar 1.2 	**Keterangan Gambar 1.2** **Toko Atlantis Kota Mataram**

Gambar 1.3 	**Keterangan Gambar 1.3** **Toko Atlantis Kota Mataram**
Gambar 1.4 	**Keterangan Gambar 1.4** **Toko Atlantis Kota Mataram**

2. wawancara

Gambar 2.1 	Keterangan Gambar 2.1 Wawancara Dengan Ibu Sri Rahayu Selaku Kepala Manajer Toko Atlantis
Gambar 2.2 	Keterangan Gambar 2.2 Wawancara Dengan saudari Dina Selaku Pramuniaga/Karyawan Toko Atlantis
Gambar 2.3 	Keterangan Gambar 2.3 Wawancara Dengan saudari Bunga Selaku Pramuniaga/Karyawan Toko Atlantis

Gambar 2.4 	Keterangan Gambar 2.4 Wawancara Dengan saudara Hendri Selaku Konsumen Toko Atlantis
Gambar 2.5 	Keterangan Gambar 2.5 Wawancara Dengan saudara Feni Selaku Konsumen Toko Atlantis
Gambar 2.6 	Keterangan Gambar 2.6 Wawancara Dengan saudara Andri Selaku Konsumen Toko Atlantis
Gambar 2.7 	Keterangan Gambar 2.7 Wawancara Dengan saudara Silfia Selaku Konsumen Toko Atlantis

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Tlp.639180-0633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : **Toni**
NIM : **216120120**
Konsentrasi : **Perbankan**
Dosen Pembimbing II: Selva, S.E., M.Sc
Judul Skrips :***"ANALISIS PROMOSI ONLINE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Atlantis Kota Mataram Tahun 2019)".***

No	Hari dan Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Masuk	Keluar		
1			Penulisan	
2			Saran,	
3			Pendalaman hasil penelitian	
4			AEC	
5				

Mataram, 28 januari 2020

Mengetahui,

Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua

Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN : 0828108404

Dosen Pembimbing II

Selva, S.E., M.Sc
NIDN : 0811118601

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Tlp.639180-0633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : **Toni**

NIM : **216120120**

Konsentrasi : **Perbankan**

Dosen Pembimbing I: Drs. H. Darmansyah, M.Si.

Judul Skrips : ***"ANALISIS PROMOSI ONLINE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Atlantis Kota Mataram Tahun 2019)".***

No	Hari dan Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Masuk	Keluar		
1	28/1 - 20	29/1 -20	→ Sistematika Penulisan	
2			→ Daftar Isi (+)	
3			→ Pembahasan diperjelas & dipertajam	
4	1/2 -20	1/2 -20	Acc ujian	
5			Skripsi	

Mataram, 28 januari 2020

Mengetahui,

Program Studi Administrasi Bisnis Ketua	Dosen Pembimbing I
Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM	**Drs. H. Darmansyah, M.Si.**
NIDN : 0828108404	**NIDN : 0008075914**