

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa manajemen artis PT. RRY Manajemen, dapat ditarik kesimpulan, bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian jasa manajemen artis PT. RRY. Hal itu dapat dibuktikan dari koefisien determinasi sebesar 79%, sementara 21% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun kesimpulan lain dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. Harga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini diperkuat dengan nilai t hitung sebesar 3.881 yang melebihi nilai t tabel, nilai signifikansi $0,00 < 0,05$, dan koefisien regresi sebesar 0.371
2. Kualitas pelayanan juga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini terbukti dari nilai t hitung sebesar 6.643 yang lebih besar dari nilai t tabel, dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$, dan koefisien regresi sebesar 0.474

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

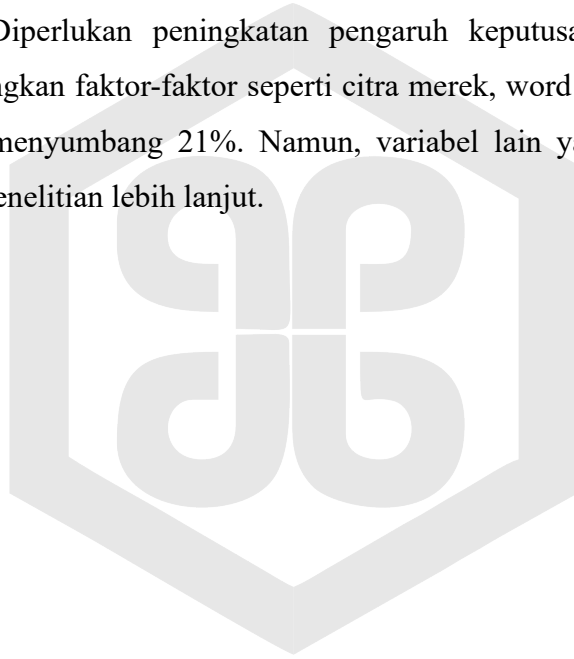
1. Saran Operasional
 - a. Pada variabel harga, berdasarkan hasil kuisioner ditemukan bahwa harga di PT. RRY Manajemen sudah cukup murah tetapi terdapat manajemen artis lain yang lebih murah berdasarkan hasil dari kuisioner. Namun talent sangat setuju bahwa

fasilitas pengembangan talent di PT. RRY Manajemen cukup lengkap maka dari itu harga yang cenderung mahal namun tersedianya fasilitas yang lengkap mempengaruhi keputusan talent untuk bergabung dengan perusahaan maka disarankan agar RRY Manajemen lebih transparan kepada talent akan biaya yang dikeluarkan talent pada jenis pengembangan tertentu dan sebisa mungkin perusahaan melakukan efisiensi biaya serta tidak mengambil lebih atau keuntungan dari biaya pengembangan talent dikarenakan perusahaan sudah mengambil untung dari fee manajemen setiap job talent.

- b. Pada variabel kualitas pelayanan berdasarkan hasil kuisioner ditemukan bahwa biaya fee manajemen cukup memberatkan bagi talent hal ini yang mungkin menjadi penyebab jumlah talent di PT. RRY Manajemen mengalami penurunan dari tahun ke tahun namun kualitas pelayanan di PT. RRY Manajemen bisa dibidang cukup baik dengan nilai tinggi pada pernyataan karyawan perusahaan yang memuaskan talent dalam bekerja. Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan lagi dalam memahami keinginan talent, misal dengan melakukan komunikasi mengapa besaran potongan fee sekian persen tanpa mengurangi kaidah *win – win solution* atau diadakanya survey setiap setahun atau enam bulan sehingga masukan dan saran dari talent RRY Manajemen dapat mengetahui apa keinginan mereka dan kedepannya bisa jauh lebih baik
- c. Pada variabel keputusan pembelian berdasarkan hasil kuisioner ditemukan bahwa RRY Manajemen belum mampu menarik minat talent lebih jauh karena promosi yang dilakukan baik secara online/offline kurang menarik. Diharapkan atasan dan karyawan RRY Manajemen bekerja sama untuk menuangkan ide kreatif nya agar dapat melakukan promosi secara online/offline lebih menarik lagi dan dapat membantu talent untuk memilih RRY Manajemen sebagai satu-satunya manajemen artis.

2. Saran Teknis

Proporsi koefisien determinasi sebesar 79% dari faktor harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian jasa manajemen artis RRY Manajemen. Diperlukan peningkatan pengaruh keputusan pembelian dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti citra merek, word of mouth, dan ekuitas merek, yang menyumbang 21%. Namun, variabel lain yang disebutkan masih memerlukan penelitian lebih lanjut.



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Abadi, F., & Herwin. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, 3-6.
- Avetoe, H., & Lamidi. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 1-7.
- Ena, M., Nyoko, A., & Ndoen, W. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Manajemen*, 300-302.
- Evi Agustin, N. P., & Gede Suasana, K. I. (2020). PENGARUH EKUITAS MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAJ STARBUCK DI BALI. *Ekonomi*, 55-57.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 107-111.
- Jay, J. (2021). *7 Manajemen Artis Indonesia, Paling Top 2021*. Jakarta: MEDIAINI.com. Hentet Oktober 04, 2023 fra <https://mediaini.com/branding-promosi/2021/11/29/64909/manajemen-artis/>
- Kelvina, Maya, U., & Efendi, N. (2021). PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Ekonomi*, 86-88.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe. *Jurnal Manajemen & Keuangan*, 90-99.
- Lesmana, R., & Ratnasari. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Pemasaran*, 119-122.
- Maharani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *Ekonomi & Bisnis*, 12-15.

Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Ilmu Manajemen*, 511-514.

Nabila, F. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KURSUS ENGLISH FIRST CIBUBUR. *Ekonomi*, 18-20.

Nasution, E. A., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Manajemen & Bisnis*, 83-85.

Purnomo, E. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal. *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*, 1-28.

Salman, I. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 40-50.

Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan . *Manajemen & Bisnis*, 157-159.

Sulaeman, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Cakrawala Citramega. *Jurnal Ilmiah*, 127-131.

Yusuf, Achmad, Agustin, & Arya. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Ekonomi*, 5-7.

Buku

Adriza. (2015). *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi Yang Berbasis Vokasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Surabaya: Deepublish.

- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 Cetakan Ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama Jilid 2*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Hamdi, A. S., Bahrudin, & Anas, A. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner Di Indonesia*. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Indrasari, A. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Landung, S. (2016). *Artis Management 101*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munandar, U. (2010). *Anak-Anak Berbakat Pembinaan Dan Pendidikannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nanggolan. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Noor, J. (2017). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Cetakan ke 3*. Bandung: Alfabeta.
- Sukaatmadja, P. G., & Yasa, N. N. (2020). *Manajemen Pemasaran Parawisata*. Klaten: Lakeisha.
- Supriadi, I. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish.

- Suroso, A. (2023). *Perkembangan Teori Manajemen*. Purwokerto: UMP Press.
- Tjiptono, F. (2008). *Manajemene Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trigunawan, Rahayu, & Andarsyah. (2020). *Regresi Linier Untuk Prediksi Jumlah Penjualan Terhadap Jumlah Permintaan*. Bandung: Kreatif Press.
- Uma, S. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wardi, Y. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Padang: UNP Padang.
- Wulandari, R., & Rusmahafi, F. A. (2020). *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Makassar: CV Nas Media Pustaka.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2018). *Analisis Data Penelitian*. Bogor: IPB Press.



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A