

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari simpulan hasil penelitian, peneliti bisa ditarik kesimpulannya yakni:

1. Hasil didapatkan bahwa Promosi ada pengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian secara parsial di PT Cahaya Eco Indonesia di Kota Batam.
2. Hasil didapatkan bahwa Kualitas Produk ada pengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian secara parsial di PT Cahaya Eco Indonesia di Kota Batam.
3. Hasil didapatkan bahwa Promosi serta Kualitas Produk ada pengaruh positif signifikan secara simultan pada keputusan pembelian di PT Cahaya Eco Indonesia Kota Batam.

5.2. Saran

Saran yang diberikan bagi penelitian berikutnya, yakni:

1. Bagi perusahaan
Guna lebih memperhatikan Promosi terhadap konsumen dikarena pada penelitian ini kualitas produk ada pengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian.
2. Bagi Penelitian selanjutnya
Peneliti menyarankan guna memasukkan variabel lainnya yang dianggap berpengaruh misalnya kualitas pelayanan, citra merek, kelengkapan produk

dan lain-lainnya yang tidak hanya Promosi, kualitas produk saja. supaya lebih bisa memperluas dan menguatkan hasil penelitian yang ada.

3. Diantara kedua variable bebas tersebut, promosi memberikan nilai kontribusi yang paling kecil, oleh karena ini sangat disarankan agar perusahaan terus berinovasi dalam mempromosikan produk unggulan, guna meningkatkan daya saing.