

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah adanya hasil analisa dan pengujian data yang dilakukan pada bagian sebelumnya, ditarik sebuah kesimpulan, yakni :

1. Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Sari Roti pada Indomaret Griya Piayu.
2. Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Sari Roti pada Indomaret Griya Piayu.
3. Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Sari Roti pada Indomaret Griya Piayu.
4. Harga, promosi, kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Sari Roti pada Indomaret Griya Piayu.

5.2 Saran

Setelah ditemukannya kesimpulan guna memberikan peningkatan penjualan kepada produk Sari Roti maka peneliti memberikan saran, yakni:

1. Manajemen Pemasaran dari perusahaan produk Sari Roti harus bisa menangkap pendapat dari konsumen secara langsung contoh nya yang tertuang dalam penelitian ini, dimana pengaruh harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Oleh sebab itu perusahaan produk Sari Roti

2. harus mampu menciptakan produk yang memiliki harga yang mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya, selanjutnya perusahaan Sari Roti harus gencar melakukan promosi di berbagai media guna menarik perhatian konsumen dan juga perusahaan Sari Roti harus terus menjaga dan mengutamakan kualitas produknya agar semakin banyak konsumen yang menjatuhkan pilihannya terhadap produk Sari Roti.
3. Untuk penelitian yang akan diambil di masa mendatang, peneliti berharap dapat meneliti variabel-variabel baru yang belum pernah diteliti dan peneliti berharap setiap hal yang sudah dilakukan oleh peneliti pada serangkaian uji yang telah dihasilkan dapat menjadi panduan, perbandingan, dan tolak ukur bagi peneliti selanjutnya.