

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasar perolehan yang sudah dijabarkan dan dibahasakan dibab sebelumnya, disimpulkanlah:

1. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian
2. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.
3. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan Diskon terhadap Keputusan Pembelian.
4. Secara simultan terdapat pengaruh Promosi, Citra Merek dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian.

5.2. Saran

Berdasar dari kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, penulis menuliskan saran untuk penelitian yang akan datang sebagai berikut:

1. Bagi Janji Jiwa

Dalam meningkatkan Keputusan Pembelian, Janji Jiwa dapat lebih meningkatkan promosinya agar lebih dikenal oleh masyarakat. Selain itu Janji Jiwa juga dapat mempertahankan dan meningkatkan citra mereknya agar lebih diminati oleh masyarakat, dan yang terakhir Janji Jiwa

diharapkan lebih sering memberikan diskon yang lebih bervariasi untuk menarik minat beli masyarakat. Hal-hal berikut akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen Janji Jiwa kedepannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti yang selanjutnya diharap agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara memilih ataupun menambahkan variabel lainnya untuk diteliti agar penelitian ini menjadi lebih baik.

3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, citra merek dan diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka dari itu bagi konsumen yang pernah membeli kopi Janji Jiwa diharapkan agar tetap bijak dalam menanggapi promosi, citra merek dan diskon yang dapat dilihat dari rating agar perusahaan menjadi lebih meningkatkan mutunya.