

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas , maka dapat kita Tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi merek snobby
2. Variabel kualitas ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi merek snobby
3. Variabel citra merek ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi merek snobby
4. Variabel promosi, kualitas dan citra merek secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk snobby

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas penulis memberikan sara yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan PT Putera Raja Sejahtera yang memproduksi produk perlengkapan bayi merek snobby sebagai berikut:

1. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis disarankan PT Putera Raja Sejahtera untuk meningkatkan strategi promosi yang menarik dan efektif seperti diadakannya *discount event* yang rutin , kemampuan komunikasi

para sales untuk menawarkan produk karena hal tersebut memiliki andil dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan.

2. Menjaga dan meningkatkan kualitas secara kontinuitas , terutama dalam hal mutu produk hal ini dimaksudkan agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen sehingga menjadi konsumen yang loyal
3. Memperkuat citra merek kepada konsumen. Dengan promosi yang efektif dan optimal serta pemenuhan kepuasan konsumen dari segi kualitas dapat memperkuat citra merek dengan sendirinya.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk seperti distribusi , lokasi, harga, *word of mouth* dan unsur pemasaran lainnya.