

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini ingin menguji pengaruh diversifikasi produk dan promosi terhadap keputusan membeli lampu pada PT Golden Visalux di Kota Batam. Adapun beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli. Pengaruh positif sebesar 0,458 dan hasil signifikan pada uji t sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,682 > t_{tabel} 1,982$.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli. Pengaruh positifnya sebesar 0,211 dan hasil signifikan pada uji t sebesar $0,040 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,082 > t_{tabel} 1,982$.
3. Diversifikasi produk dan promosi berpengaruh secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli. Hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} 18,636 > F_{tabel} 3,08$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mempunyai beberapa saran kepada pihak perusahaan dan penelitian seterusnya, yaitu:

1. PT Golden Visalux diharapkan dapat mengembangkan diversifikasi produk lampu supaya tidak tergantung pada suatu produk saja dan juga meningkatkan pendapatan dengan menambahnya produk baru.

2. PT Golden Visalux di harapkan dapat memperhatikan promosi yang selama ini dilakukan, supaya dapat melakukan perubahan yang dapat membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut.
3. Bagi penelitian-penelitian berikutnya diharapkan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan membeli selain diversifikasi dan promosi serta menggunakan indikator lainnya.