

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai Pengaruh harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian pada hipotesis H1 diperoleh bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil pengujian pada hipotesis H2 diperoleh bahwa secara parsial promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil pengujian pada hipotesis H3 diperoleh bahwa secara parsial distribusi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.
4. Hasil Pengujian Pada Hipotesis H4 diperoleh bahwa secara simultan harga, promosi dan distribusi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini menggunakan variabel harga, promosi dan distribusi maka diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, diversifikasi produk, citra merek, dan sebagainya.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat analisis lain yang berbeda dengan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini serta memperbanyak jumlah responden.
3. Untuk perusahaan, karena hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan maupun parsial harga, promosi dan distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam hasil penelitian ini perusahaan harus memperhatikan atas variabel harga, promosi dan distribusi supaya dapat meningkatkan hasil keputusan pembelian.