

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian data dilakukan, kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini adalah::

1. Promosi berpengaruh positif dan penting secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Showroom Sinar Mas Mobilindo Batam.
2. Gaya hidup berpengaruh positif dan penting secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Showroom Sinar Mas Mobilindo Batam.
3. Lokasi berpengaruh positif dan penting secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Showroom Sinar Mas Mobilindo Batam.
4. Promosi, gaya hidup dan lokasi membawa pengaruh positif dan penting secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Showroom Sinar Mas Mobilindo Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan konklusi yang ada, maka dapat ditarik beberapa saran yaitu:

1. Promosi dapat mengarahkan perusahaan untuk menggapai Keputusan Pembelian. Perusahaan mestinya memberi perhatian lebih pada variabel Promosi. Promosi dapat dilakukan perusahaan untuk secara efektif meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Perusahaan bisa menjalankan promosi secara berkala agar bisa menarik minat pembeli melakukan transaksi.

2. Gaya hidup mampu meningkatkan keputusan pembelian. Pada perusahaan yang dikaji merupakan perusahaan penjualan mobil, disini sangat berpengaruh pada gaya hidup individu sehingga perusahaan bisa lebih memperhatikan gaya hidup konsume dan melakukan penawaran sesuai dengan gaya hidup konsumen tersebut agar keputusan untuk membeli bisa meningkat.
3. Lokasi perusahaan adalah salah satu variabel yang bisa meningkatkan keputusan pembelian. Perusahaan harus menyediakan kenyamanan pada konsumen saat dilakukannya transaksi seperti fasilitas parkir yang selalu tersedia dan lainnya.