

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disajikan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan analisis data terbukti bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT San Traco Adidaya. Semakin tinggi pengetahuan produk oleh konsumen tentang produk *Blasting Helmet*, maka semakin tinggi kemungkinan konsumen membuat keputusan pembelian.
2. Berdasarkan analisis data terbukti bahwa variabel variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT San Traco Adidaya. Semakin banyak variasi produk yang di tawarkan untuk memenuhi preferensi konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian,
3. Berdasarkan analisis data terbukti bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT San Traco Adidaya. Semakin bagus promosi seperti diskon atau *free* produk dapat memberikan konsumen persepsi bahwa mereka mendapatkan nilai ekonomi yang lebih tinggi, maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian,

## 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan sebagai pertimbangan bagi penelitian di masa depan melibatkan beberapa aspek, yaitu:

- A. Perusahaan dapat meningkatkan pengetahuan produk pelanggan dengan memberi pengetahuan produk *Blasting Helmet* yang akan di beli seperti penjelasan spesifikasi produk dapat berupa memberi tahu spesifikasi produk secara langsung saat pelanggan membeli produk atau pemberian *catalog* produk kepada pelanggan.
- B. Perusahaan perlu meningkatkan variasi produk dengan menawarkan lebih banyak merek-merek produk *Blasting Helmet* yang akan dibeli pelanggan.
- C. Perusahaan harus memberitahu pelanggan tentang promosi yang perusahaan lakukan dengan jelas dan rinci seperti membuat brosur tentang diskon produk *Blasting Helmet* yang dikirim melalui whatsapp dan bisa juga mencetak brosur untuk pelanggan individu yang berbelanja langsung.
- D. Penelitian berikutnya diharapkan dapat meluas dalam cakupannya dengan melibatkan populasi dan sampel yang lebih besar. Selain itu, diharapkan penelitian tersebut tidak terbatas pada variabel-variabel seperti pengetahuan produk, variasi produk, dan promosi penjualan saja, melainkan juga melibatkan variabel-variabel lain yang memiliki relevansi dan keterkaitan.