

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis data yang sudah dilaksanakan dan pembahasan yang sudah dikemukakan oleh peneliti pada pembahasan sebelumnya, maka bisa dibuat beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data terbukti bahwa tidak pengaruh signifikan antara variabel *advertising* terhadap Keputusan Pembelian pada LJ Hooker Grand Batam.
2. Berdasarkan dari analisis data terbukti bahwa tidak pengaruh signifikan antara variabel *brand image* terhadap Keputusan Pembelian pada LJ Hooker Grand Batam.
3. Berdasarkan dari analisis data terbukti bahwa pengaruh signifikan antara variabel *sales promotion* terhadap Keputusan Pembelian pada LJ Hooker Grand Batam.
4. Berdasarkan dari analisis data terbukti bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel *advertising*, *brand image* dan *sales promotion* secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada LJ Hooker Grand Batam.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang sudah didapatkan, maka saran yang bisa penulis ajukan yaitu:

1. Dari hasil penelitian, tingkat keputusan pembelian pada LJ Hooker Grand Batam sudah baik. Penulis menyarankan perusahaan tetap meningkatkan *advertising*, menciptakan *brand image* dan melakukan *sales promotion* yang lebih baik agar dapat meningkatkan tingkat keputusan pembelian yang tinggi.
2. Peneliti mengharapkan perusahaan dapat meningkatkan kegiatan dalam promosi dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan baru, memberikan informasi tentang produk kepada pelanggan selain itu dapat meningkatkan royal keputusan pembelian.
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel independen lainnya selain *advertising*, *brand image* dan *sales promotion* terhadap variabel dependen keputusan pembelian serta hasil dari penelitian ini bisa dijadikan acuan dan perbandingan dalam melakukan penelitian serupa dimasa yang akan datang.