

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini akan disajikan hasil penelitian berupa kesimpulan dan saran dari penelitian yang berjudul “pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian refill perfume salsa di Kota Batam” berdasarkan dari hasil penelitian tersebut mendapatkan berbagai kesimpulan dan saran sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di salsa perfume di Kota Batam maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada refill perfume salsa di kota Batam. Artinya semakin bagus kualitas produk yang dikeluarkan akan semakin menambah pembelian dan menunjang keputusan pembelian.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada refill perfume salsa di kota Batam. Artinya harga yang telah ditetapkan juga dapat dijadikan pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada refill perfume salsa di Kota Batam. Artinya promosi yang dilakukan akan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

4. Kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian refill perfume salsa di kota di Kota Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen refill perfume salsa di kota Batam. Adapun beberapa saran yang disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan agar pihak perusahaan memperhatikan kualitas produk, harga dan promosi yang merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung tingkat keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan peningkatan atau perbaikan pada kualitas produk, harga dan promosi agar konsumen merasa puas dan melakukan pembelian kembali refill perfume salsa di Kota Batam.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian terkait dengan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk penelitian selanjutnya. Serta diharapkan dapat menggunakan alat analisa lain atau analisa yang berbeda dengan analisa yang digunakan dalam penelitian ini dan memperbanyak penyebaran kuesioner untuk menambah jumlah responden.