

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Helipad.Id, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi yang dilakukan oleh Helipad.Id merupakan suatu insentif yang memberikan dampak positif yang baik dalam klasifikasi skor variable penelitian ini terlihat dari Promosi yang dilakukan yaitu : Potongan harga, hadiah secara langsung yang berdampak dengan meningkatnya keputusan pembelian yang dapat dilihat dari volume penjualan selama promosi penjualan itu dilakukan.
2. Keputusan Pembelian terhadap produk Helipad.Id termasuk dalam kategori baik dalam skor variable penelitian.
3. Dalam Promosi terhadap keputusan pembelian pada produk Helipad.Id adalah sebesar 51,2% terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Pada Kesempatan ini penulisan juga ingin menyampaikan saran yang mudah-mudahan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan.

1. Keputusan Pembelian pada Produk Helipad.Id memiliki kategori baik dari hal tersebut perusahaan harus mampu meningkatkan

promosi yang diharapkan dapat memperdampak positif terhadap keputusan pembelian pada produk Helipad.Id.

2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Prilaku pasca pembelian yang berada pada klasifikasi cukup, maka hal yang perlu diperbaiki dalam hal ini adalah para pengusaha di tuntut untuk lebih aktif agar memberikan dampak yang positif atas merek yang sudah dibeli oleh konsumen