

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Iklan produk Yeo's Cingcau berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Sinar Galih Wholesaler WS Pasar Gede Bage Bandung.
2. Promosi penjualan produk Yeo's Cingcau berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Sinar Galih Wholesaler WS Pasar Gede Bage Bandung.
3. Penjualan perorangan produk Yeo's Cingcau berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Sinar Galih Wholesaler WS Pasar Gede Bage Bandung.
4. Aktivitas komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap pengenalan masalah pada konsumen Sinar Galih Wholesaler WS Pasar Gede Bage Bandung.
5. Aktivitas komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap pencarian informasi pada konsumen Sinar Galih Wholesaler WS Pasar Gede Bage Bandung.
6. Aktivitas komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap evaluasi alternatif pada konsumen Sinar Galih Wholesaler WS Pasar Gede Bage Bandung.
7. Aktivitas komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Sinar Galih Wholesaler WS Pasar Gede Bage Bandung.

8. Aktivitas komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap perilaku pasca pembelian pada konsumen Sinar Galih Wholesaler WS Pasar Gede Bage Bandung.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. PT. YHS Indonesia seharusnya lebih sering melakukan promosi penjualan produk Yeo's Cingcau karena dengan banyak melakukan promosi penjualan yang dilakukan akan menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk Yeo's.
2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen pasca pembelian produk Yeo's Cingcau perusahaan perlu lebih meningkatkan lagi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukannya dengan demikian konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang pada produk yang dibelinya.
3. Aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. YHS Indonesia memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian konsumen, alangkah sebaiknya perusahaan mempertahankan dan lebih baik lagi menambah aktivitas komunikasi pemasaran lainnya seperti pemasaran langsung dan hubungan masyarakat.