BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Komunikasih Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian , maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi pemasaran pada sepeda motor merek Bajaj di CV Bintang Surya Junjunan di Bandung telah dilakukan dengan baik, dan mampu mempengaruhi konsumen, hal ini mengacu pada hasil pengkategorian dalam analisis jenjang yang menunjukkan rata-rata skor total yang tergolong baik.
2. Tingkat keputusan pembelian pada sepeda motor merek Bajaj di CV Bintang Surya Junjunan Bandung adalah sangat baik, hal ini mengacu pada hasil pengkategorian dalam analisis jenjang yang menunjukkan rata-rata skor total yang tergolong sangat baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan komunikasi pemasaran dapat mempengaruhi sikap dari konsumen.
3. Dari pembahasan penelitian terbukti bahwa terdapat hubungan yang kuat antara komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Bajaj di CV Bintang Surya Junjunan Bandung adalah sebesar 68,5% dan sisanya sebesar 31,5% adalah pengaruh lain yang diabaikan oleh penulis.

5.2 Saran

1. CV. Bintang Surya Junjunan hendak nya lebih memperbanyak lagi dalam hal penjualan tatap muka agar konsumen lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh CV. Bintang Surya Junjunan.
2. CV. Bintang surya Junjunan hendaknya membuat produk sepeda motor merek Bajaj yang lebih berkualitas lagi agar konsumen yang telah menggunakan produk sepeda motor merek Bajaj merasa puas.
3. Agar konsumen lebih tertarik lagi dengan produk yang ditawarkan CV. Bintang Surya Junjunan hendaknya menggunakan komunikasi pemasaran yang lebih banyak dan lebih menarik lagi.