BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis akan mengambil kesimpulan sesuai identifikasi masalah yang dicari sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis masalah, maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden mengenai kualitas produk Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung dinilai cukup oleh konsumen (67,8%). Dimana mereka menyatakan setuju bahwa kualitas yang dimiliki oleh kertas seni Suhuf baik, karena selalu dilakukan pengendalian terhadap kualitas produk yang akan dibuat. Reponden pun menyatakan mereka setuju dengan citra dan reputasi Suhuf yang baik. Mereka pun setuju kertas seni Suhuf memiliki kombinasi warna dan desain yang menarik, serta adanya variasi pada setiap produknya yang bebeda-beda.
2. Tanggapan responden mengenai promosi penjualan pada Bisnis Home Industry Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung dinilai cukup oleh konsumen (62,4%).

3. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap produk Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung termasuk pada kategori sangat baik (84,1%). Responden cukup setuju dalam tingkat kebutuhannya akan kertas seni yang juga cukup tinggi, mereka pun cukup setuju bahwa untuk mendapat infomasi mengenai Suhuf dari keluarga, teman, tetangga, dan sumber rujukan lain yang mengenalkan pada mereka serta memilih kertas seni Suhuf sebagai alternatif dalam membeli kertas seni. Sehingga mereka pun yakin untuk memutuskan bahwa kertas seni Suhuf adalah yang terbaik dan bersedia untuk melakukan pembelian ulang kertas seni di Suhuf.
4. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan Promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung dengan total pengaruh sebesar 63,8% dan sisanya sebesar 36,2% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.
5. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen dengan pengaruh sebesar 6,6%.
6. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan dengan keputusan pembelian konsumen pada Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung dengan pengaruh sebesar 57,2%.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis mencoba memberiakn saran bagi perusahaan yang diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan mudah-mudahan berguna. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan kualitas produk yang sudah baik terus dipertahankan dan ditingkatkan supaya konsumen bisa merasa puas. Perusahaan lebih menerima masukan dari konsumen sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan lagi produknya sehingga pilihan yang tersedia pun semakin banyak dan beragam.
2. Perusahaan diharapkan bisa meningkatkan promosi penjualan pada produknya dan memberikan informasi yang jelas dan lebih menarik serta memperluas distribusinya agar konsumen bisa dengan mudah mendapatkan produk dan tempatnya pun harus cukup strategis atau mudah di jangkau oleh konsumen. Perusahaan harus lebih memperhatikan apa yang sedang diminati oleh konsumen sehingga bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda-beda dan supaya konsumen bersedia untuk melakukan pembelian ulang dan tidak membeli di tempat lain.
3. Hubungan kualitas produk dan promosi penjualan dengan keputusan pembelian konsumen perlu mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari pihak Suhuf, sehingga kualitas produk dan promosi penjualannya ditingkatkan lagi, guna meningkatkan volume penjualan.