BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

1..1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemanfaatan promosi penjualan yang dilakukan oleh pengelola K Store Minimarket sudah dimanfaatkan dengan baik, hal ini ditunjukan dengan nilai persentase yang diperoleh adalah sebesar 79,1% dan termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 68,1% - 84%.

2. Pemanfaatan iklan yang dilakukan oleh pengelola K Store Minimarket sudah dimanfaatkan dengan baik, hal ini ditunjukan dengan nilai persentase yang diperoleh adalah sebesar 75,6% dan termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 68,1% - 84%.

3. Keputusan pembelian konsumen K Store tergolong dalam kategori baik, hal ini ditunjukan dengan nilai persentase yang diperoleh adalah sebesar 70,9% dan termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 68,1% - 84%.

4. Secara parsial promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini ditunjukan dengan nilai t_{hitung}

(8,269) > t_{tabel} (1,985) dengan kontribusi pengaruh parsial yang diberikan sebesar 44,8%. Secara parsial iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini ditunjukan dengan nilai t_{hitung} (4,263) > t_{tabel} (1,985) dengan kontribusi pengaruh parsial yang diberikan sebesar 18,9%. Secara simultan promosi penjualan dan iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini ditunjukan dengan nilai F_{hitung} (85,269) > F_{tabel} (3,090) dengan pengaruh simultan yang diberikan sebesar 63,7% terhadap keputusan pembelian konsumen K-Store Minimarket di Kota Bandung, sedangkan sisanya sebanyak 100%-63,7%=34,3% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti (Epsilon).

4.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pelaksanaan promosi penjualan dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mana K Store sudah melakukan promosi dengan baik hanya saja K Store minimarket harus menambah item promosi dengan berdasarkan segementasi pasar yang mayoritas adalah mahasiswa dan pekerja dengan

taraf penghasilan menengah keatas dan juga menambah jenis promosinya bukan hanya sekedar turun harga, bandeed produk, dan sample akan tetapi harus lebih variatif lagi

2. K Store minimarket juga harus memberikan iklan yang lebih kuat baik selain merubah leaflet dari tidak berwarna menjadi berwarna sehingga tampak lebih menarik K Store juga harus menggunakan spanduk mengenai promosi ataupun mengenai pelayanan jasa loundry. Juga harus lebih memberikan petunjuk yang jelas mengenai tempat dan lokasi K Store sehingga orang – orang mengetahui keberadaan k Store.
3. K Store minimarker harus terus memberikan pelayanan yang lebih baik lagi dibuktikan dengan konsumen yang kembali berbelanja setelah melakukan pembelanjaan pertama. Dan terus mengulang pembelanjaan berikutnya.