BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai pengaruh display toko (X_1) dan promosi penjualan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tanggapan responden tentang penataan display toko berada pada kategori baik. yang diolah melalui tiga indikator, Dari hasil yang diolah dapat diketahui bahwa indikator penataan bagian depan toko berada pada kategori baik dan memiliki skor terbesar diantara indikator-indikator yang lain. sedangkan pada indikator penataan bagian luar toko berada pada kategori cukup karena memiliki skor terkecil diantara indikator-indikator yang lain.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai promosi penjualan berada pada kategori cukup, yang diolah melalui empat indikator, dari hasil yang diolah dapat diketahui bahwa indikator tema atau promosi even spesial berada pada kategori baik dan memiliki skor terbesar diantara indikator-indikator yang lain. Sedangkan pada indikator kontes dan undian berada pada kategori kurang baik karena memiliki skor terkecil diantara indikator-indikator yang lain.

3. Berdasarkan tanggapan responden, keputusan pembelian yang berada pada kategori baik, yang diolah melalui lima indikator, dari hasil yang diolah dapat diketahui bahwa indikator perilaku pasca pembelian berada pada kategori baik dan memiliki skor terbesar diantara indikator-indikator yang lain. Sedangkan pada indikator pencarian informasi berada pada kategori baik namun memiliki skor terkecil diantara indikator-indikator yang lain.
4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa display toko (X_1) dan promosi penjualan (X_2) secara simultanmemiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.(Y) Hal ini didasarkan pada adanya hubungan kuat antaravariabel display toko dan promosi penjualandengankeputusan pembelian. Dan secara parsial variabel display toko dan promosi penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat penulis maka selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang dapat berguna mengenai pengaruh display toko (X_1), dan promosi penjualan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), diantarannya :

1. Display toko pada Blossom Factory Outlet Bandung secara keseluruhan sudah baik, tapi perusahaan harus mencari solusi yang lebih baik lagi agar penataan bagian luar toko lebih tertata rapi sehingga bisa menarik perhatian pengujung untuk mengujungi Blossom Factory Outlet Bandung.
2. Promosi penjualan pada Blossom Factory Outlet Bandung secara keseluruhan belum baik.perusahaan harus perlu meningkatkan promosi

penjualan yang efektif,dan produk- produk yang inovatif dan menetapkan harga produk yang baik sehingga kedepannya bisa mendapatkan promosi penjualan yang lebih baik lagi.

3. Keputusan pembelian pada Blossom Factory Outlet secara keseluruhan berada pada kategori baik, namun perusahaan harus menigkatkan lagi produk-produk baru,sehingga para pembeli tidak ragu-ragu untuk membeli produk di Blossom dan pembeli juga merasa puas dengan produk yang dibelinya.
4. Melihat dari keseluruhan variabel yang diteliti yaitu display toko dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian memiliki keterkaitan dan pengaruhnya secara signifikan,maka dari itu Blossom Factory outlet Bandung harus memperhatikan variabel-variabel tersebut .karena dapat berguna bagi kelangsungan perusahaan.