BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada MARTABAK BOLU GOLDEN BELL, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi yang dilakukan MARTABAK BOLU GOLDEN BELL tergolong masih dalam kategori cukup baik. Dapat disimpulkan bahwa MARTABAK BOLU GOLDEN BELL belum maksimal dalam melakukan promosinya, ini terlihat dari indicator promosi yaitu promosi penjualan yang tidak memasang iklan membuat calon konsumen tidak tertarik untuk membeli MARTABAK BOLU GOLDEN BELL tersebut.
2. Lokasi MARTABAK BOLU GOLDEN BELL masih tergolong cukup baik, ini terlihat dari indicator lokasi yaitu kelancaran akses menuju lokasi tidak semua konsumen mengetahui dimana lokasi MARTABAK BOLU GOLDEN BELL sehingga para konsumen sulit untuk menjagkau lokasi tersebut.
3. Keputusan pembelian konsumen terhadap MARTABAK BOLU GOLDEN BELL masih tergolong cukup baik ini terlihat dari salah satu penyebabnya adalah kurangnya informasi yang didapat oleh para konsumen sehinggan konsumen tidak mengenal baik produk MARTABAK BOLU GOLDEN

BELL secara keseluruhan yang menyebabkan kurang tertariknya konsumen melakukan keputusan pembelian.

4. Berdasarkan hasail analisis dapat disimpulkan bahwa Promosi dan Lokasi dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian MARTABAK BOLU GOLDEN BELL secara signifikan baik secara parsial maupun simultan.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat maka penulis mencoba memberikan saran kepada perusahaan mengenai pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada MARTABAK BOLU GOLDEN BELL, yaitu sebagai berikut:

1. Promosi yang dimiliki MARTABAK BOLU GOLDEN BELL sudah tergolong cukup baik tetapi harus lebih ditingkatkan kembali promosi penjualannya sehingga dapat membuat konsumen lebih tertarik lagi untuk membeli produk tersebut.
2. Lokasi yang cukup baik maka MARTABAK BOLU GOLDEN BELL harus lebih banyak memberikan berbagai informasi mengenai cara akses menuju tempat tersebut agar konsumen tidak kesulitan untuk mendatangi lokasi MARTABAK BOLU GOLDEN BELL tersebut.
3. Keputusan pembelian konsumen terhadap MARTABAK BOLU GOLDEN BELL tergolong cukup baik maka perusahaan harus tetap meningkatkan inovasi-inovasi Martabak Bolu agar tetap meningkatkan pendapatan.

4. Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian adalah positif dan signifikan maka untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen perusahaan harus meningkatkan promosi dan lokasi agar keputusan pembelian konsumen pun ikut meningkat.