BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Budaya organisasi terhadap Keputusan Pembelian di PT. Sentra Anugrah Motor Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Periklanan yang didalamnya diukur melalui 4 indikator, yaitu *attention*, *interest*, *desire*, dan *action*. Pernyataaan Iklan media elektronik (TV dan atau Internet) Yamaha Vixion menjadi perhatian saya dan Iklan media elektronik (TV dan atau Internet) Yamaha Vixion membuat saya ingin memiliki produk tersebut memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan pernyataan Iklan media cetak (Brosur dan atau Koran) Yamaha Vixion membuat saya ingin memiliki produk tersebut memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori cukup baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan Periklanan sudah cukup baik, namun perlu di tingkatkan di PT. Sentra Anugrah Motor Bandung.
2. Promosi Penjualan yang ada di PT. Sentra Anugrah Motor Bandung berada pada kategori cukup baik, terdiri dari 4 indikator yaitu frekuensi promosi, kuantitas promosi, kualitas promosi, dan waktu promosi.

Pernyataan Besaran potongan harga yang dilakukan oleh pihak Dealer Yamaha (PT.Sentra Anugrah Motor Jl.Dipatiukur Bandung) sesuai dengan harapan konsumen dan Dealer Yamaha (PT.Sentra Anugrah Motor Jl. Dipatiukur Bandung) memberikan Hadiah lebih dibanding dealer lain memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik, sedangkan pernyataan Dalam periode waktu tertentu dealer memberikan potongan harga yang lebih dari biasanya dan Besaran Hadiah yang dilakukan oleh pihak Dealer Yamaha (PT.Sentra Anugrah Motor Jl.Dipatiukur Bandung) sesuai dengan harapan konsumen memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan Promosi Penjualan PT. Sentra Anugrah Motor Bandung cukup mampu diterapkan dengan baik.

3. Secara keseluruhan variabel Keputusan Pembelian terdiri dari 5 indikator yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian. Pernyataan Saya puas dengan membeli produk Yamaha Vixion memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik, sedangkan pernyataan Saya yakin dengan keputusan saya dalam membeli sepeda motor Yamaha Vixion memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan Keputusan Pembelian yang ada di PT. Sentra Anugrah Motor Bandung sudah berjalan cukup baik.
4. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini ditunjukkan oleh uji hipotesis yang dinyatakan dengan adanya

5. pengaruh yang positif dari Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di PT. Sentra Anugrah Motor Bandung.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di PT. Sentra Anugrah Motor Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Penerapan Periklanan masih berjalan cukup baik di PT. Sentra Anugrah Motor Bandung, adapun hal yang disarankan oleh peneliti adalah diharapkan perusahaan diharapkan bisa membuat iklan yang lebih menarik dan inovatif agar konsumen bisa lebih tertarik dalam membeli produk Yamaha Vixion.
2. Promosi Penjualan PT. Sentra Anugrah Motor Bandung sudah berjalan dengan cukup baik. Namun adapun yang disarankan oleh peneliti yaitu diharapkan perusahaan lebih aktif dalam melakukan promosi baik itu secara langsung melalui brosur yang di bagikan melalui sales yang ada ataupun dengan memberikan potongan harga atau hadiah kepada konsumen setiap pembelian motor yang dibelinya.
3. Keputusan Pembelian yang masih berjalan cukup baik. Maka dari itu diharapkan perusahaan diharapkan lebih bisa meyakinkan konsumen untuk membeli produk Yamaha Vixion karena fitur yang ditawarkan oleh produk tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen.

4. Pengaruh antara Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di PT. Sentra Anugrah Motor Bandung bisa dibilang baik, pada kondisi ini bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperbaiki faktor-faktor pemasaran yang ada agar penjualan produk motor Yamaha Vixion yang ada di PT. Sentra Anugrah Motor Bandung bisa selalu meningkat.