

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian sepatu (studi kasus pada perusahaan Pupuk Cair Bagitani Di Malang), maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan antara lain:

1. Dari hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya bahwa secara simultan variabel periklanan (X1), penjualan langsung (X2), promosi penjualan (X3), dan public relation (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Artinya semakin baik bauran promosi yang dilakukan oleh Pupuk Cair Bagitani Di Malang maka semakin baik pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.
2. Dari hasil uji t menunjukkan secara parsial bahwa tiap variabel bebas yaitu periklanan (X1), penjualan perorangan (X2), promosi penjualan (X3) dan public relation memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, itu berarti variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Dari hasil analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa variabel bebas (X) yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah variabel periklanan (X1). Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel promosi penjualan yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian ditolak.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti perlu memberikan saran-saran, antara lain:

1. Peneliti selanjutnya: Dapat dimanfaatkan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian berikutnya terutama dibidang pemasaran.
2. Perusahaan Pupuk Cair Bagitani Di Malang
 - a. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, makapihak manajemen Pupuk Cair Bagitani Di Malang sebaiknya meningkatkan bauran promosi yang terdiri dari periklanan (X1), penjualan perorangan (X2), promosi penjualan (X3) dan public relation (X4).Dan perlu adanya tambahan variabel bauran promosi selain diatas antara lain pemasaran langsung (*direct selling*) dan *telemarketing* sehingga konsumen ketika akan membeli produk tidak lagi harus ke outletnya melainkan tinggal pesan saja.
 - b. Item bauran promosi yang selama ini dinilai positif oleh konsumen seperti; Wiraiaga memuaskan, wiraniaga jelas dalam menyampaikan informasi mengenai produk harus selalu ditingkatkan.
 - c. Untuk variabel item dari bauran promosi yang mempunyai ratarataterendah seperti; pemberian hadiah dan diskon kepada konsumen harus ditingkatkan. Karena dengan diberikannya hadiah dan diskon kepada konsumen akan mampu menarik minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.