

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi penjualan pada Warung Bakso dan Mie Ayam Solo dikategori sangat setuju / sangat baik dengan rata-rata skor yaitu 418,2. Begitu juga dengan keputusan pembelian dikategorikan sangat setuju / sangat baik dengan rata-rata skor yaitu 421,7. Promosi penjualan terhadap keputusan pembelian mempunyai hubungan yang cukup kuat, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,523 atau 52,3% menyatakan bahwa variable promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 52,3% sebaliknya 47,7% disebabkan oleh variable lain diluar variable yang diteliti
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis maka dapat dikatakan bahawa promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Café Titik Koma Sudirman Kota Jambi hal ini dibuktikan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,154 > 1,98552$).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diajukan saran atau rekomendasi sebagai berikut :

1. Skor terendah yang didapat pada variable promosi penjualan yaitu pernyataan Saya suka mengikuti giveaway yang berupa tantangan untuk mendapatkan

hadiah yang ditawarkan baik produk atau voucher agar perlu ditingkatkan sehingga konsumen dapat selalu antusias dalam mengikuti event promosi ataupun give away yang ada pada Café Titik Koma Sudirman. Pernyataan berikutnya yaitu Saya membeli produk di *Café* Titik Koma Sudirman karena sesuai kebutuhan saya mendapat skor terendah pada variable keputusan pembelian, sehingga pihak café harus lebih mengetahui dan menganalisa apa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen pada Café Titik Koma dengan demikian diharapkan konsumen dapat menjadi konsumen yang loyal dan memiliki kemauan untuk berkunjung kembali.

2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencoba variabel lain dalam mengukur keputusan pembelian, karena selain kualitas produk variabel lain juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, promosi dan brand, kualitas layanan dan lain sebagainya.

