

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian & pembahasan pada bab IV mengenai Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey Di Borma Cinunuk Bandung), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurut hasil penelitian, secara keseluruhan pelaksanaan Bauran Promosi pada umumnya mendapat tanggapan yang sangat baik dari responden. Meskipun Bauran Promosi sudah mendapat tanggapan dari respondennya bukan berarti perusahaan harus merasa puas dengan pencapaiannya saat ini. Karena ada beberapa indikator yang mendapatkan nilai paling kecil yaitu indikator paket harga atau harga khusus serta undian hadiah dengan bobot 202. Kondisi tersebut dapat dikatakan ekstrem karena mendapatkan tanggapan yang kurang baik dari responden.
2. Menurut hasil penelitian, secara keseluruhan keputusan pembelian konsumen terhadap produk Clear baik dan positif. Namun ada beberapa indikator yang mengalami kondisi ekstrem yaitu pada dimensi jumlah pembelian dengan bobot 205 karena kebanyakan konsumen membeli produk Clear tidak lebih dari 1 botol pada kemasan yang sama.
3. Dari keseluruhan hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh atau hubungan yang signifikan antara bauran promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk Clear ditunjukkan oleh hasil analisis regresi. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa bauran promosi memiliki

korelasi yang kuat dengan keputusan pembelian konsumen. Bauran Promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan pengaruh sebesar 55,9% sedangkan sisanya sebesar 44,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati penulis.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat, maka yang menjadi saran dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam hal ini, sebaiknya perusahaan perlu untuk mengadakan event-event tertentu dengan program undian berhadiah serta melakukan pemotongan harga atau diskon untuk setiap pembelian tertentu di Borma Cinunuk dimana konsumen akan tertarik dalam membeli Produk Clear.
2. Perusahaan harus dapat memperhatikan dan melakukan evaluasi mengenai harga yang telah ditentukan, karena dari hasil tersebut diharapkan dengan adanya evaluasi atau perbaikan pada harga akan mempengaruhi meningkatnya jumlah pembelian yang memiliki tanggapan kurang baik dari responden.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, penulis dapat menyarankan agar perusahaan dapat mengembangkan bauran promosi pada Produk Clear khususnya pada paket harga dan undian berhadiah sehingga dapat meningkatnya jumlah pembelian yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.