

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Qolsa pada tahun 2022 dengan persamaan regresi $Y = 44,324 + 0,3233 X$ dapat dilihat dari hasil analisis perhitungan nilai t_{hitung} dan t_{tab} tersebut di atas berarti diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tab}$ dapat dilihat pada tabel t pada daftar signifikan 5% yaitu $2,65 > 1,68$ dan juga nilai F_{hitung} sebesar 4,28 lebih besar dari $F_{tab} = 4,04$ yaitu $4,28 > 4,04$ berarti Ada Pengaruh Signifikan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa di Kota Metro Tahun 2022. Maka dapat disimpulkan bahwa Sebuah Promosi menjadi salah satu cara yang sangat berpengaruh besar untuk mendorong seseorang menjadi konsumtif. Selain itu, adanya sebuah diskon ataupun potongan sebuah harga yang diberikan akan memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian. Serta membuat kemudahan dalam mempromosikan barang yang ditawarkan untuk membuat keputusan pembelian saat bertransaksi, menjadikan seseorang lupa batasan pada saat bertransaksi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, Adapun saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang dapat diberikan berkaitan dengan perkembangan toko adalah sebagai berikut:

1. Bagi Toko Qolsa

- a. Agar dapat memanfaatkan strategi pemasaran secara intensif untuk kemajuan. Mengingat betapa pentingnya sebuah strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen terhadap toko fashion, maka saran penulis adalah hendaknya selalu meningkatkan pemasarannya, sehingga dapat mencapai target yang diinginkan. Dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan maupun konsumen baru, dengan memberikan perhatian lebih karena suatu usaha akan semakin maju apabila didukung oleh banyaknya konsumen yang membeli produk yang dijualnya, serta meningkatkan

kepercayaan masyarakat akan segala pelayanan yang diberikan dalam membantu tercapainya kepuasan konsumen.

- b. Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran sudah di laksanakan namun belum begitu maksimal. Hal ini artinya perlu peningkatan strategi pemasaran yang lain dari toko Qolsa.

2. Konsumen toko Qolsa

Untuk konsumen agar lebih teliti saat berbelanja di toko Qolsa. Cermati aturan dan kebijakan saat berbelanja, pastikan konsumen sudah mengetahui serta membaca kebijakan yang diterapkan, mulai dari jangan membuat kegaduhan di tempat belanja, tidak boleh memberantaki susuan yang telah rapi disusun. Pastikan tempat berbelanja yang anda pilih mempunyai reputasi yang baik dalam hal pelayanan dan kualitasnya.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis agar dapat mengembangkan penelitian serta menambah kekurangan yang ada pada penelitian ini, sehingga makin memperkaya pengetahuan tentang sebuah promosi dan keputusan pembelian.
- b. Dapat menambah variable lain yang dapat mempengaruhi tercapainya sebuah promosi yang dilakukan agar sesuai dengan target yang ingin di capai.
- c. Peneliti selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan akurat.
- d. Peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang diteliti agar lebih baik.