

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Promosi penjualan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Toko “Salah Parkir” Classic Part & Custom Kota Metro.
2. Persediaan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Toko “Salah Parkir” Classic Part & Custom Kota Metro.
3. Harga berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Toko “Salah Parkir” Classic Part & Custom Kota Metro.
4. Promosi penjualan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap harga Toko “Salah Parkir” Classic Part & Custom Kota Metro.
5. Persediaan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap harga Toko “Salah Parkir” Classic Part & Custom Kota Metro.
6. Harga memediasi secara signifikan pengaruh promosi penjualan dan persediaan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Toko “Salah Parkir” Classic Part & Custom Kota Metro.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan, maka dapat disarankan bagi perusahaan untuk dapat:

1. Dari segi promosi penjualan perlu dilakukan peningkatan promosi yang lebih tepat sasaran agar tujuan dari strategi promosi yang dijalankan dapat lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan volume penjualan produk.
2. Dari segi persediaan perlu lebih dilengkapi dan menyediakan produk-produk keluaran terbaru mengingat perkembangan produk bidang otomotif yang berkembang dengan cepat.

3. Dari segi harga perlu diterapkan harga yang lebih bersaing dengan cara mencari distributor langsung yang dapat memberikan harga yang lebih murah agar kebijakan harga dapat lebih ditekan sehingga dapat lebih bersaing dengan toko penyedia produk serupa.