

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Promosi, Harga, terhadap Keputusan Pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
3. Promosi dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.

B. Saran

Perusahaan harus memperhatikan dengan benar keadaan promosi yang akan mempengaruhi kenyamanan pelanggan dalam melakukan pembelian

1. Perusahaan harus lebih memperhatikan dengan baik dan jelas tentang informasi harga karena harga merupakan elemen yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar bisa mengembangkan teori-teori yang lain dan variabel yang lain yang dapat mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian.