

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dengan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh produk, harga, promosi, tempat, terhadap Keputusan Pembelian Pada Supermarket Tokomu Kotagajah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk (X1) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Harga (X2) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Promosi (X3) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
4. Tempat (X4) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
5. Produk (X1), harga (X2), promosi (X3), tempat (X4), berpengaruh dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y)

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan disarankan Pada Supermarket Toko Mu Kotagajah adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan diharapkan agar dapat terus mengembangkan produk pada aspek tambahan dari produknya seperti aspek pembungkus, servis, iklan, pemberian kredit, pengiriman, dan indikator lain
2. Perusahaan diharapkan agar dapat menentukan harga yang dampak pada penyesuaian strategi pemasaran yang diambil yaitu mencakup persaingan, biaya, markup, diskon, dan geografi karena elastisitas harga dari suatu produk juga akan mempengaruhi permintaan dan penjualan.
3. Perusahaan diharapkan agar dapat melakukan promosi pada media social seperti facebook dan instagram agar konsumen mengetahui produk yang dijual dan memutuskan untuk melakukan pembelian
4. Tempat pelayanan Pada perusahaan agar dapat memberikan strategi baik dalam perspektif lingkungan, komunikasi maupun keamanan Agar mencapai target sasaran yang dituju oleh bisnis.