

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan data hasil SPSS (Statistical Product Service Solution), yang menyatakan hasil persamaan regresi tentang pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian, maka hasil pengujian regresi menunjukkan persamaan  $\hat{Y} = 4,532 + 0,292 X$  yang telah teruji keberartiannya pada tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  (0,05). Hal ini menunjukkan nilai constant sebesar 4,532 merupakan nilai dari variabel promosi. Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,292 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel Promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian dengan anggapan bahwa variabel bebas lainnya konstan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, maka peneliti melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t. Uji t dilakukan untuk membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5%, dari tabel pada bab sebelumnya diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel x lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $8,774 > 1,660$ , dengan demikian  $H_1$  diterima

dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian.

3. Untuk mengetahui besaran pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari nilai R Square yakni sebesar 0,440 atau 44,0%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 44,0%. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent signifikan. Dan sisanya 56,0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian tersebut bisa dipengaruhi oleh kualitas produk, lokasi strategis perusahaan dan kesesuaian harga produk.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini baik kepada konsumen dan perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Konsumen sebaiknya memperhatikan informasi-informasi mengenai produk yang disampaikan oleh perusahaan dalam hal promosi produk, agar mampu dimanfaatkan dalam memprediksi keputusan pembelian yang kemudian untuk mengambil

keputusan yang tepat sehubungan dengan pembelian sebuah produk.

2. Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan indikator promosi lebih baik lagi, karena faktor promosi yang baik mampu menciptakan daya tarik tersendiri kepada konsumen sehingga bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan dengan memperhatikan kepuasan dari konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel-variabel lainnya seperti kualitas produk, lokasi strategis perusahaan dan kesesuaian harga produk., dan lain-lain yang diperkirakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni. 2006. Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Basu Swastha dan Irawan. 2006. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta. Liberty
- Basu Swastha dan Irawan. 2007. Manajemen Pemasaran Moderen. Jakarta. FE UI
- Dewi Rengganis. 2008. Judul skripsi “Pengaruh media periklanan terhadap proses keputusan konsumen (mahasiswa) kuliah di Wearness Education Centre Malang”. Skripsi : Malang
- Ghozali, Imam. 2001. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Husein Umar. 2004. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Indriantoro, dan Supomo. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta
- Kotler, Philip. (2000), Manajemen Pemasaran. Jakarta. PT. Prenhallindo
- Kotler Philip dan Amstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Manajemen, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing, MBA. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran, edisi 12. Indonesia. PT Indeks
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, alih bahasa, Benyamin Molan, penyunting Bambang Sarwiji. Jilid satu Edisi Sebelas. Jakarta. Penerbit PT. Indeks
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- Lamb, Charles. W. et.al. 2001. Pemasaran. Buku I Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat.
- Muhammad Ridwan. 2012. Judul skripsi “Analisis Pengaruh Budaya Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Suara Merdeka Di Kota Semarang.” Skripsi : Semarang

- Peter, J Paul and Jerry C Olson. 2004. Consumer behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1, (Edisi Keenam). Jakarta. Erlangga
- Philip Kotler. 1995. Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan, Edisi Kedelapan. Jakarta. Salemba Empat
- Rachmawati. 2007. Judul skripsi “Pengaruh iklan sabun Dove di televisi terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada penduduk RW 06 di Kelurahan Kolpajung, Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan).” Skripsi : Madura
- Saputra Satriya. 2007. Judul skripsi “Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di dealer Sentral Yamaha Blitar.” Skripsi : Blitar
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazar. 2000. Perilaku Konsumen. Jakarta. PT Indeks
- Shimp, Terence A. 2000. Periklanan Promosi. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2007. Statistika Untuk Penelitian. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung. Alfabeta
- Sumarni dan Wahyuni. 2006. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta. Andi Offset
- Suyanto. 2005. Analisis & Desain: Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Tciptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Umar, Husein. 2003. Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- <http://adipsi.blogspot.com/2010/06/pengambilan-keputusan.html>
- <http://dhino-ambargo.blogspot.com/2013/05/definisi-dan-dasar-pengambilan-keputusan.html>
- <http://febriaulva-tugasmahasiswa.blogspot.com/2013/10/bab-3-tahapan-pengambilan-keputusan.html>