

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis (uji t) ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel strategi promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. Dalam hal ini terdapat pengaruh antara variabel strategi promosi terhadap keputusan pembelian Delizza Pizza Kota Gorontalo sebesar 60,5% sementara sisanya di pengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar dari penelitian ini seperti citra merek, lokasi usaha, harga, produk, dan lain-lain.

5.2 Saran

1. Perusahaan/pengusaha dalam hal ini Delizza Pizza Kota Gorontalo hendaknya harus lebih meningkatkan strategi promosi, karena dengan strategi promosi yang baik dan efektif merupakan daya tarik yang sangat kuat bagi konsumen dalam melakukan pembelian sehingga tercipta keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti ini citra merek lokasi usaha, harga, produk, dan lain-lain, agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan memperhatikan etika penelitian dan menghindari plagiat.