

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Marketing Mix (produk, harga, tempat, promosi) terhadap keputusan pembelian pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo dan untuk mengetahui besaran dari kedua variabel independen dalam mempengaruhi dependent tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis secara parsial marketing mix (produk, harga, tempat, dan promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo. yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, dimana marketing mix berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil analisis secara simultan antara marketing mix (produk, harga, tempat, dan promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Mengingat variabel diluar penelitian ini cukup luas maka penelitian selanjutnya disarankan meneliti variabel yang ada diluar penelitian akan tetapi memiliki proporsi yang cukup besar peranannya seperti kualitas pelayanan, reputasi merek, inovasi atau kualitas produk.
2. Penelitian mendatang hendaknya melakukan replikasi penelitian tentang hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap perusahaan dengan mengambil lokasi penelitian yang berbeda seperti contohnya melakukan penelitian pada perusahaan otomotif roda empat, dll.