

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Seberapa Besar Pengaruh variabel Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha Pada PT.Hasjrat Abadi Gorontalo dan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen 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. Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan Motor Yamaha berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Promosi Penjualan Motor Yamaha secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 0,297 atau 29,7% variabilitas mengenai Keputusan Pembelian dapat diterangkan oleh variabel bebas dalam model promosi penjualan sementara 70,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti dimensi dari Bauran Promosi (*Promotion Mix*), Periklanan, penjualan pribadi, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan simpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang perlu dicermati pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain:

1. Peneliti memberikan saran bagi pimpinan PT. Hasjrat Abadi Gorontalo agar dapat memberikan Kualitas Promosi dan meningkatkan lagi promosi penjualannya sehingga dapat membentuk opini dalam benak konsumen dan memberikan daya tarik dalam melakukan pembelian.
2. Penelitian ini akan lebih baik jika ditambahkan variabel-variabel pendukung yang mempunyai proporsi yang cukup besar, diperoleh dari penelitian-penelitian dan referensi lain yang memungkinkan untuk menambah variabel yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti Bauran Promosi (*Promotion Mix*), Periklanan, penjualan pribadi, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat.
3. Kiranya waktu yang dipakai dalam menyusun penelitian lebih lama dan dapat diberikan kesempatan untuk melihat lingkup perusahaan yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirulah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Grahaa ilmu.
- Amuko Afik, 2014. *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel*. Skripsi. Universitas Negeri Gorontalo
- Anwar Qoirul, 2014. *Pengaruh program promosi penjualan terhadap minat beli harian kompas di Surabaya Selatan*. Jurnal. Universitas Negeri Surabaya
- Alma Buchari, 2011. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Dukalang Marten, 2013. *Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan konsumen membeli motor scutter matic pada divisi yamaha "3s" PT. Hasjrat Abadi Gorontalo*. Skripsi. Universitas Negeri Gorontalo
- Djaslim Saladin, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Bandung; Linda Karya.
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKIS
- F.Stanley, Richard. 2003. *Promotion*. Jakarta : Erlangga
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hal 91-115.
- Hendri, Ma'ruf, 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler Philip, Alih Bahasa, Hendra Teguh, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium I, Jakarta; PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks: Kelompok Gramedia.
- Mursid, 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara

- Mardian Reza, 2011. *Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian d'loops clothing di bandung*. Tesis. Universitas udayana denpasar.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson, 2008. *Consumer Behavior Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Saputra Dido, 2015. *Pengaruh harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Simcard XL di kota Padang*. Jurnal. Politenik Padang.
- Setiadi, Nugroho J, 2003. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Soeratno dan Arsyad. 2008. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Sugiono, 2013. *Metode penelitian bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sulaiman, Wahid. 2002. *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10*. Yogyakarta : Andi Offest.
- Swasta, Basu. 2000. *Management Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Ketiga, Yogyakarta; BPFE.
- Syeda Nazish Zehra Rizvi Sadia Malik (2011). Impact of Sales Promotion on Organizations' Profitability and Consumer's Perception in Pakistan. Jurnal. Lecturer IBIT, University of the Punjab, Lahore, Pakistan.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategi, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, Hingga e-Marketing*. Yogyakarta : Andi.
- Umar, Husain. 2013. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan : Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Cetakan Keempat. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Utami, Christina Widhya. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Modern*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.