

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Indikator tiap variabel yang berisi pernyataan-pernyataan penelitian menyangkut promosi dan keputusan pembelian, mendapatkan tanggapan yang baik dari responden, artinya bahwa variabel-variabel yang digunakan dianggap mampu untuk menjawab permasalahan penelitian.
2. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan melihat hasil koefisien regresi dimana t hitung lebih besar dari t tabel. Hipotesis lainnya menjelaskan bahwa tidak ada dominansi jenis kelamin dalam melakukan pembelian sepeda motor, dan sepeda motor matic yang paling banyak dibeli oleh konsumen.
3. Promosi memiliki kontribusi sebesar 41,1% untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di CV. Sinar Krida Gorontalo, dan sisanya sebesar 58,9% memungkinkan untuk dipengaruhi faktor (variabel) lainnya yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar CV. Sinar Krida Gorontalo serta perusahaan (dealer) agen lainnya dapat mempertimbangkan setiap kebijakan pemasraannya dengan mempertimbangkan aspek promosi melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, serta publikasi sebagai faktor yang dapat mempengaruhi minat dan keputusan pembelian konsumen, yang pastinya akan meningkatkan volume penjualan dan profit perusahaan.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi perusahaan, akademisi, dan pihak lainnya yang membahas manajemen pemasaran perusahaan khususnya menyangkut promosi dan keputusan pembelian.
3. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi pihak lain untuk dapat menambah faktor atau variabel lainnya dan menguji pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Melita Yesi. 2016. *Analisis Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus pada Tridjaya Motor Dealer Resmi Motor Honda Cabang Girian – Bitung)*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Volume 16 No. 3
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran* Edisi Kedua Cetakan Kedua. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Arikunto, S., 2007, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Edisi Revisi VI hal 134, Rineka Apta, Jakart
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua. Jakarta : Erlangga
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Handayani Rini, Dewi Lenny Komala. 2015. *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bagi Masyarakat di Wilayah Kelurahan Cibeber Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi*. Jurnal Indonesia Membangun. Vol 12. No. 1
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Klarisa, Novita. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Swalayan Maxi Balikpapan*. Universitas Mulawarman. Padang
- Kotler dan Keller, 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Kotler Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

- Masruroh and Suryadi, Winda 2010. *Strategi Promosi, Diferensiasi dan Keputusan Pembelian Pada Kepuasan Pelanggan*. Jurnal The Winners, 11 (02)
- Mowen, C & John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
- Poili. Stefandi. *Pengaruh Bauran Promosi terhadap minat beli konsumen di PT. Columbia Cabang Gorontalo*. Skripsi. Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo
- Puspitarini Dian. 2013. *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Risman, Putri Vebrina. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Garam Lososa PT. Garam (Persero) di Kota Padang*. Universitas Andalas. Padang
- Saladin, Djaslim 2002. *Manajemen Pemasaran*, PT. Linda Karya Bandung.
- Sastradipoera Komaruddin 2003. *Manajemen Marketing, Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*. Bandung: Kapp-Sigma
- Setiadi, J Nugroho. 2010 *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Sutisna., 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung: PT Remaja Posdakarya
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Swastha, Basu dan Irawan, 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset
- Winarno, Sigit dan Ismaya, Sujana. 2003. *Kamus Besar Ekonomi*. Bandung. Pustaka Grafika
- Yunita Titik Dwi 2015. *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Techno 125 pada PT. Adira Dinamika Multifinance Tebing Tinggi*. Jurnal Niaga & Bisnis