

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Instrumen yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel *sales promotion*, publisitas, dan Keputusan pembelian konsumen di Honda Daya Motor Gorontalo, yang disusun melalui kuisisioner mendapatkan tanggapan yang “baik” dari responden/konsumen, yang mengindikasikan bahwa pernyataan yang disusun sudah valid dan konsisten.
2. Secara parsial maupun secara simultan, variabel *sales promotion* dan variabel publisitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen di Honda Daya Motor, yang ditunjukkan dengan uji regresi dan koefisien regresi, sehingga hipotesis penelitian terbukti dan diterima.
3. Variabel *sales promotion* dan variabel publisitas memiliki kontribusi untuk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 49,9%, dan sisanya sebesar 50,1% memungkinkan untuk dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar Honda Daya Motor Gorontalo serta perusahaan lainnya dapat mempertimbangkan setiap kebijakan mengenai strategi pemasarannya khususnya mengenai promosi melalui sales promosi dan publisitas, untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi perusahaan, akademisi, masyarakat, dan pihak lainnya yang khusus membahas mengenai strategi pemasaran perusahaan menyangkut *sales promotion*, publisitas, dan keputusan pembelian konsumen.
3. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi peneliti dan akademisi lainnya untuk dapat menambahkan variabel-variabel lain untuk memperkaya bahasan penelitian.

Daftar Pustaka

- Adi, Riqi Nugroho. 2013. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara online. Semarang:Universitas Diponegoro.
- Arikunto, Suharsimi, 2008. *Prosedur penelitian,Suatu Pendekatan politik* Rineka Cipta, Jakarta.
- Assauri, Sofyan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Basu Swastha.2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Basu, Swastha DH., Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua,Cetakan Ke-tigabelas*, Yogyakarta: Liberty Offset,
- Belch, George e, Michael a.(2009) *advertising and promotion : intergrated marketing communitation perpective. 8th edition. Newyork : mcgraw -hill*
- Buchari Alma. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Budiarto. (2011). *Pemasaran Industri (Business to Business Marketing)*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET
- Daryanto, (2011) *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera : Bandung
- Ety Rochaety, *Metodologi Penelitian Bisnis, Jakarta*, Mitra Wacana Media, 2009.
- Freddy Rangkuti, 2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif, edisi pertama, cetakan pertama*, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Freddy Rangkuti. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta : Gramedia
- Ghozali, Imam dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- <http://myway.com.arikunto> (Pada hari sabtu tanggal 16 desember 2017).
- <http://myway.com.sugiyono>(Pada hari sabtu tanggal 16 desember 2017).
- Iriantara, Yosol2006: Public Relations, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.*
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip- prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, mahmud 2010 *komunikasi pemasaran modern yogyakarta : Cakra Ilmu.Pustaka Utama*.
- Mullin, Roddy and Cummins, Julian. 2004. Sales Promotion. PPM, Jakarta.*
- Peter, J. Paul dan James H. Donnelly JR, 2007, Marketing Management, New York Americas : The mc Grow Hill Companies.*

Subroto, Budiarto. (2011). Pemasaran industri business to bussines marketing

Sugiyono (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif DAN R&D (cetakan ke- 14)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono 2012. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung : ALFABETA.

Sugiyono. 2013. *Statistika dan Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D untuk penelitian*. bandung : alfabeta.

Sugiyono. 2014.*Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima : Penerbit CV. Alfabeta: Bandung

Swastha, 2007, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty Offset, Yogyakarta.