

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Setiap indikator yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel penelitian yakni promosi penjualan, dan keputusan pembelian konsumen memiliki keandalan instrumen yang baik, dan jawaban yang konsisten dari responden.
2. Hasil uji koefisien regresi melalui uji t membuktikan bahwa promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Mitra Elektronik Gorontalo, sehingga hipotesis penelitian terbukti.
3. Variabel promosi penjualan memiliki pengaruh sebesar 35,2% terhadap keputusan pembelian konsumen, dan sisanya sebesar 65,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
4. Penelitian ini membuktikan bahwa dengan memperhatikan faktor promosi sebagai salah satu alat pemasaran, khususnya promosi penjualan, maka retailer dapat meningkatkan preferensi keputusan pembelian konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. Secara umum, agar retailer dan khususnya Toko Mitra Elektronik Superstore Gorontalo dapat memperhatikan aspek pemasaran yang dilakukan khususnya mengenai promosi penjualan sebagai faktor yang dapat meningkatkan preferensi keputusan pembelian konsumen.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi akademisi, peneliti, dan pihak lainnya, yang membahas praktek manajemen pemasaran khususnya menyangkut promosi penjualan terhadap 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

- Dio Martha Prihandono, 2014 “Pengaruh pelaksanaan advertising terhadap keputusan pembelian” Skripsi. Universitas Brawijaya Malang
- Romy Victor Tanoni, 2012 “Influence Of Advertisement Toward Purchase Intention Through Brand Image And Attitude Of Mizone Isotonic Drinks In Surabaya” Skripsi. Universitas Kaltolik Widya Surabaya
- Richard Laurenz Mumu, 2016 “Brand Personality Creation Through Advertising (Study KFC on Television Commercial Break)” Skripsi. Internasional Business Administration (IBA) Program University of Sam Ratulangi Manado
- Roza Azizah Primatika, 2018 “Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Nescafe Di Kota Semarang” Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang
- Wolok, Tineke. 2019. Green Marketing : Pemasaran & Pembelian. Athara Samudra.
- Wolok, Tineke. 2019. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat : Implementasi Iptek Untuk Standardisasi, Pemasaran, Dan Distribusi Produk Kerajinan Sulaman Kain Karawo Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Kabupaten Gorontalo.
- Wolok, Tineke. 2019. Implementasi PPDM Pertama Bagi Masyarakat Pesisir Danau Limboto Melalui Pengawatan Sumber daya Manusia Dan Iptek Manajemen Pemanfaatan Eceng Gondok Sebagai Produk Unggulan
- Wolok, Tineke. 2019. Analysis of The Effect of Green Marketing on Consumer Purchasing Decisions on The Body Shop Gorontalo Produk
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing Global 14th edition. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. Marketing Management. 14th edition. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi ke 12*. Jakarta : Erlangga.
- Santoso, Singgih. 2002. *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metedologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy .2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wangean, Ryanto Hariandy. 2014. Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio di Kota Manado. Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1715-1725.
- Weenas, Jackson R. S. 2013. Kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta. Vol. 1, No. 4, Desember 2013 : 607-618.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian untuk BisnisI*. Jakarta: Salemba Empat
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.