

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Koefisien Korelasi antara Promosi dan Keputusan Pembelian sebesar 0,434 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel (Nugroho, 2005:36).
2. Hasil penelitian koefisien determinasi antara Promosi dan Keputusan pembelian sebesar 18,9%, yang berarti bahwa sebesar 18,9% keputusan pembelian GSM telkomsel dipengaruhi oleh Promosi, sedangkan sisanya 81,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan, yaitu :

1. Bagi perusahaan, dengan melihat hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap keputusan pembelian maka perusahaan perlu meningkatkan penggunaan iklan, sales promosi, Publisitas, dan penjualan langsung untuk mengoptimalkan Promosi yang efektif guna meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya meneliti variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Anggar Krisnasakti. 2012. *“Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda (studi kasus pada konsumen di kota semarang)” Skripsi ; Semarang*

Basu Swastha. 2000, *“ Asas - Asas marketing”*, Yogyakarta. Liberty

Buchari Alma. 2007, *“Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa”*. Bandung. CV. Alfabeta.

Fandi Tjiptono. 2005. *“Manajemen Jasa”*. Yogyakarta. Andi offset

Kotler, Philip dan Amstrong. 1995. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta. Erlangga

Kotler, Philip dan Amstrong. 2001. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta. Erlangga

Kotler, Philip. 2005. *“Manajemen Pemasaran”* Edisi 2, Jilid 1. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Kotler dan Keller. 2007. *“Manajemen Pemasaran, edisis 12.”* Indonesia. PT Indeks

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *“Manajemen Pemasaran, (Edisi Ketiga Belas), PT. Indeks, Jakarta,*

Kotler dan Keller. 2009. *“Manajemen Pemasaran, edisis 13 jilid 1.”* Jakarta Indonesia. PT Indeks

Laksana Fajar. 2008, *“Manajemen Pemasaran; pendekatan praktis”*. Yogyakarta. Graha Ilmu

Noor.M. Maesa . 2008. *“Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan*

*Pembelian Konsumen pada d’loops clothing di Bandung” Skripsi:Bandung*

Sugiyono. 2011. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D”*. Bandung. Alfabeta

Taufiqurrohman. 2008. *“pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan pembelian sepatu pada perusahaan sepatu house of mr. pienk malang” Skripsi ;Malang*

[https://www.Google.Com/search?q=promosi+yang+dilakukan+oleh kartu telkomsel](https://www.Google.Com/search?q=promosi+yang+dilakukan+oleh+kartu+telkomsel)

<http://www.telkomsel.com/about/news/990-sejarah-perkembangan-telkomsel.html>

<http://www.telkomsel.com/about/corporate/368-profile.html>