

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terkait penelitian Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Emina di Kalangan Mahasiswi STIE PPI Citra Raya Kabupaten Tangerang Tahun Akademik 2019 – 2020 ,maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,583 > 1,987$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . hal ini dapat dibuktikan bahwa variabel harga (x1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( Y) sehingga dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Adapun besar pengaruhnya sebesar 0,192 atau 19,2%
2. nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 8,941 > 1,987$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  . hal ini membuktikan bahwa variabel Promosi(x2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( Y) sehingga dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  : di tolak dan  $H_a$  : diterima . Adapun besaran pengaruh sebesar 0,665 atau 66,5%
3. nilai  $F_{hitung} > F_{tabel} = 61,830 > 3,10$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini membuktikan bahwa variabel Harga ( X1) dan variabel Promosi ( X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( Y) sehingga dapat

dinyatakan  $H_0$  = ditolak dan  $H_a$  = diterima. Adapun nilai pengaruh dapat dilihat pada KD sebesar 0,569 atau 56,9% dan sisanya 43,1% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain.

## **B. Saran**

Berdasarkan proses analisis, agar dapat memperoleh gambaran yang lebih mendalam serta komprehensif, maka penulisan menyarankan beberapa hal sebagaimana berikut :

- a. Disarankan bagi produk emina, agar lebih memberikan patokan harga yang kompetitif bagi semua kalangan yang berada pada *range* normal terkait harga produk yang dijual. Serta bagi penjual di toko – toko menyediakan voucher. Karena dengan harga yang kompetitif dan ditambah penggunaan diskon yang tersedia, akan membantu konsumen untuk memutuskan pembelian dan tetap menjadikan produk emina sebagai produk kecantikan andalan.
- b. Disarankan lagi bagi produk emina agar tetap memberikan promosi – promosi melalui media sosial agar pembeli dengan mudahnya mengetahui produk baru atau yang lainnya. Dan setiap minimal belanja mendapatkan stiker yang dikumpulkan dan bisa ditukar dengan produk emina lagi jika sudah sesuai dengan ketentuan , serta tetap menjaga promosi – promosi agar konsumen lebih mudah mengetahui produk tersebut maupun jika

berbelanja secara langsung hal ini dikarenakan konsumen bisa melihat langsung dari produk emina.

- c. Disarankan secara bersamaan sebaiknya produk emina memperhatikan harga setiap produk dan promosi untuk meningkatkan pembelian produk emina. Atau kepuasan konsumen dari segi produk ,karena hal ini dapat berdampak pada keputusan pembelian secara langsung pada pada toko -toko . hal ini bisa mempengaruhi konsumen lainnya untuk memutuskan pembelian dan agar tetap menjadikan produk emina sebagai pilihannya.

## **2. Bagi Akademis**

Peneliti ini diharapkan dapat menjadi acuan referensi bagi mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian atau menyelesaikan tugas akhir skripsi.

## **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan dapat melakukan penelitian menggunakan variabel bebas lain atau dengan menambahkan variabel lain untuk penelitian sejenis, sehingga dapat mengidentifikasi lebih banyak yang mempengaruhi Harga, Promosi, dan keputusan Pembelian pada Produk Emina sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih baik pada penelitian ini.