

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis statistik, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan korelasi berganda diperoleh R sebesar 0,862. Hal ini menunjukkan bahwa antara hubungan harga, *brand image*, dan promosi penjualan dengan keputusan membeli adalah sangat kuat dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. Artinya bila kualitas harga, *brand image* serta promosi penjualan yang diberikan baik maka keputusan membeli konsumen pun akan baik. Pengujian korelasi parsial didapat nilai r yang positif artinya terjadi hubungan antara harga dengan keputusan membeli, namun hubungannya sangat lemah yaitu sebesar 0,115. Korelasi parsial untuk hubungan *brand image* dengan keputusan membeli didapat nilai r yang positif artinya hubungan antara kedua variabel tersebut adalah sedang yaitu sebesar 0,434, sedangkan hubungan antara promosi penjualan dengan keputusan membeli didapat nilai r yang positif artinya hubungan antara kedua variabel tersebut adalah sedang yaitu sebesar 0,463.
2. Dari hasil uji hipotesis, pengujian hipotesis parsial untuk hubungan harga (X_1) dengan keputusan membeli (Y) diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,170, maka dapat ditarik kesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak dengan kata lain tidak terdapat hubungan positif antara harga dengan keputusan membeli. *Brand image* (X_2) dengan keputusan membeli (Y) diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,00, maka dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain terdapat hubungan positif antara *brand image* dengan keputusan membeli, sedangkan promosi penjualan (X_3) dengan keputusan membeli (Y) diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,00, maka dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain terdapat hubungan positif antara promosi penjualan dengan keputusan membeli.

Pengujian hipotesis secara simultan dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain terdapat hubungan positif antara harga, *brand image* dan promosi penjualan dengan keputusan membeli.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran kepada CV Rabbani Asysa Rawamangun adalah :

1. Rabbani menyediakan produk-produk dengan harga yang terjangkau untuk konsumen menengah kebawah.
2. Rabbani hendaknya melakukan promosi penjualan dalam waktu yang lebih lama, dan memperluas alat promosi penjualannya, tidak hanya diskon, tetapi jenis yang lain, seperti : buy 1 get 1 free, dll. Selain itu, promosi penjualan juga dapat dilakukan menggunakan media online seperti : website, facebook, dsb.
3. Produk harus selalu diinovasi, disesuaikan dengan selera konsumen dan segmen konsumen.