

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil persentase yang telah diolah, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konsumen merasa puas dengan adanya potongan harga dan adanya kupon gratis ongkos kirim yang diberikan Toko Ummi Zanis. Tingkat promosi penjualan produk dan keputusan pembelian konsumen pada Toko Ummi Zanis memiliki hasil yang beragam. Adapun hasil yang didapat dari setiap variabel yaitu variabel promosi penjualan produk sebesar 88% yang masuk dalam kategori “Sangat Berpengaruh” dan juga untuk variabel keputusan pembelian sebesar 84% yang masuk dalam kategori “Sangat Berpengaruh”.
2. Indikator variabel yang paling dominan dari hasil penelitian yang dilakukan yaitu pada pernyataan konsumen mengetahui Toko Ummi Zanis dari media sosial dan pada pernyataan konsumen tertarik dengan adanya penawaran gratis ongkos kirim yang diberlakukan Toko Ummi Zanis dengan interpretasi skor 89% dan tergolong dalam kategori “Sangat Berpengaruh”.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Toko Ummi Zanis tetap harus mempertahankan dalam memasarkan produk di media sosial dan terus berinovasi untuk memasarkan produk dengan cara yang lebih bervariasi dari cara perusahaan lain serta mempertahankan kualitas produk yang sudah ada. Hal ini akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk di Toko Ummi Zanis di Palembang.
2. Toko Ummi Zanis perlu untuk lebih sering menarik perhatian konsumen agar lebih sering melakukan pembelian secara berulang yang mendapat peringkat terendah berdasarkan nilai indeks adalah sebesar 75%.