

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan. Dari kesimpulan tersebut penulis memberikan saran yang mungkin dapat dijadikan masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Analisis Pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal:

1. Melalui hasil uji *statistic* parsial, dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh promosi penjualan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Aplikasi Alfagift (Studi Kasus Mahasiswa D.III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). Hal ini terbukti berdasarkan nilai t_{hitung} yang didapatkan lebih besar dari pada nilai t_{tabel} , yaitu t_{hitung} sebesar 19,390, sedangkan nilai t_{tabel} 0,1656. Besarnya pengaruh promosi penjualan secara langsung terhadap keputusan pembelian ialah 0,746 atau sebesar 74,6% dan sisanya 25,4% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, pembahasan dan merumuskan kesimpulan dari hasil penelitian, maka penulis akan memberikan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan:

1. Toko ritel Alfamart disarankan agar mempertahankan dan dapat meningkatkan promosi penjualan dengan metode yang lain karena mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan variabel lain yang belum di kaji pada penelitian ini.
3. Diharapkan penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai inspirasi dan referensi untuk mengembangkan penelitian yang lebih mendalam dan saling melengkapi satu dengan yang lain.