

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian konsumen yang memilih Primagama Grand Depok City selalu mempertimbangkan harga sehingga Primagama dapat mengoptimalkan harga supaya bisa memaksimalkan pendapatan.
2. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian konsumen yang memilih Primagama Grand Depok City tidak melihat promosi dalam mengambil keputusan. Namun promosi tetap harus dilaksanakan oleh Primagama Grand Depok City untuk tetap mengenalkan Primagama Grand Depok City ke masyarakat.
3. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian Primagama Grand Depok City harus meningkatkan kualitas dan variasi produk supaya calon konsumen tertarik dalam memilih Primagama Grand Depok City sebagai mitra belajar.
4. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa terdapat pengaruh harga, promosi, dan produk secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian.
5. Dari hasil penelitian diketahui analasi determinasi dari variabel bebas yaitu harga, promosi, dan produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dihasilkan beberapa saran yang diajukan bagi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan diharapkan dapat mengkonversi calon konsumen sehingga dapat memilih Primagama Grand Depok City Kota Depok sebagai mitra belajar siswa dengan meningkatkan kualitas dan variasi produk

yang ditawarkan sehingga konsumen memiliki opsi produk yang beragam namun tanpa meninggalkan harga dan promosi supaya dapat memaksimalkan potensi konsumen.

2. Secara parsial harga mempengaruhi keputusan pembelian oleh karena itu perusahaan tetap harus menyesuaikan harga dalam rangka mengoptimalkan pendapatan dan menarik minat konsumen sehingga dapat memaksimalkan layanan dan produk Primagama.
3. Walaupun variabel promosi tidak memiliki pengaruh pada konsumen dalam memilih Primagama namun perusahaan harus tetap melakukan promosi dalam rangka memperkenalkan produk – produk Primagama kepada masyarakat secara luas.
4. Dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian kepada Primagama Grand Depok City, perusahaan harus memaksimalkan layanan dan kualitas produk dan harga sehingga konsumen mendapatkan produk yang berkualitas dan akan menarik perhatian calon konsumen.
5. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menggunakan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk itu, peneliti mengajukan saran agar dapat dilakukan penelitian selanjutnya dengan kombinasi variabel yang berbeda untuk mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas layanan, kepuasan konsumen dan lain-lain agar mendapatkan hasil yang akurat mengenai pengaruh variabel lain terhadap keputusan pembelian pada Primagama Grand Depok City Kota Depok.
6. Selain itu dalam pelaksanaan penelitian terdapat kekurangan dalam proses uji validitas dan reliabilitas serta dalam uji analisis data, sehingga bagi penelitian selanjutnya untuk menggunakan langkah yang tepat dalam pemberian kuesioner terhadap responden dan memisahkan antara populasi uji validitas dan reliabilitas dengan populasi uji analisis data.