

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jenang Mubarak, maka dapat disimpulkan :

1. Harga menjadi strategi penting dalam suatu kegiatan pemasaran, konsumen menjadikan harga sebagai salah satu poin pertimbangan untuk nantinya melakukan keputusan pembelian. Sehingga disimpulkan jika harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi harga yang ditawarkan oleh CV Mubarakfood Cipta Delicia terhadap produk Jenang akan sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diperoleh, sehingga berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian.
2. Promosi merupakan kegiatan penting untuk memperkenalkan produk kepada target pasar. Sebelum akhirnya konsumen melakukan keputusan pembelian, mereka akan lebih dulu mencari informasi mengenai produk yang akan dibeli. Sehingga disimpulkan jika promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. promosi memiliki peran yang besar dalam meningkatkan keputusan pembelian, jika promosi yang dilakukan oleh CV Mubarakfood Cipta Delicia semakin gencar maka akan menarik perhatian konsumen yang berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian.
3. Harga dan promosi merupakan dua elemen dalam bauran pemasaran, keduanya memiliki peran yang penting dalam menarik minat konsumen terhadap produk. Dalam melakukan keputusan pembelian konsumen akan memperhatikan banyak hal termasuk harga dan promosi. Sehingga disimpulkan bahwa harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga dan promosi yang dilakukan oleh CV Mubarakfood Cipta Delicia terhadap penjualan produk jenang mubarak menjadi faktor penentu dalam mengambil keputusan sebelum melakukan pembelian.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Besarnya pengaruh harga dalam kegiatan pemasaran yang dapat menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, maka disarankan CV Mubarakfood Cipta Delicia dapat menerapkan harga yang kompetitif sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Pentingnya promosi untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dalam melakukan keputusan pembelian juga diharapkan dapat mendorong CV Mubarakfood Cipta Delicia untuk meningkatkan promosi melalui konten-konten yang kreatif dan inovatif diantaranya pada media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, dan Whatsapp).
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat memperluas cakupan penelitiannya seperti variabel, jumlah populasi dan sampel serta mendalami teori sehingga penelitian lebih baik lagi.

