

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Saluran distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sesuai dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($7,116 > 2,000$), serta didukung dengan nilai signifikansi di bawah 0.05 yaitu 0.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi yang dimiliki pengusaha terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Promosi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan sesuai dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($3,416 > 2,000$), serta didukung dengan nilai signifikansi di bawah 0.05 yaitu 0.001. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi yang dimiliki pengusaha terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh positif antara saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian, sesuai dengan nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($231,366 > 2,76$), serta didukung dengan nilai signifikansi di bawah 0.05 yaitu 0.000, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin ditingkatkannya saluran distribusi dan promosi maka akan meningkatkan keputusan pembelian

B. Implikasi Penelitian

Melihat hasil pengujian hipotesis penelitian diatas, maka terdapat implikasi penelitian baik secara teoritik maupun praktik, yaitu:

1. Teoritik

Implikasi teoritik dari penelitian ini adalah sebagai dukungan empiris adanya pengaruh saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Dani Tri Bagus Irawan (2015), Mellya Silviana (2015) Dan Siti Lestary dkk

(2016), yang telah membuktikan bahwa saluran distribusi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial, keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh saluran distribusi dan promosi, dengan adanya saluran distribusi dan promosi yang tepat tentu peluang konsumen melakukan pembelian semakin besar.

2. Praktik

Implikasi praktik dari penelitian ini yaitu penelitian ini semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya pengaruh saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada manajemen perusahaan Mondi Mebel Jepara, sehingga dapat menciptakan nilai tambah dalam pengelolaannya. Selain itu juga memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi kabupaten Jepara.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian, dan kekurangan terhadap hasil penelitian ini. keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan referensi tentang penelitian ataupun riset sebelumnya, sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian maupun pada analisisnya.
2. Keterbatasan mengenai pemilihan variabel yang diteliti seperti yang disebutkan dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini hanya berfokus pada variabel-variabel tersebut.
3. Keterbatasan tentang sampel yang digunakan hanya 79 responden, sehingga peneliti kurang maksimal dalam menyebar angket/ kuesioner.

D. Saran

Peneliti memberikan saran untuk penelitian mendatang, antara lain:

1. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk menyempurnakan penelitian misalnya menambahkan variabel-variabel di luar penelitian ini. Mengingat kemampuan yang dimiliki dalam menerangkan masih terbatas.
2. Saluran distribusi di perusahaan Mondi Mebel sudah baik, akan tetapi disarankan peneliti untuk lebih ditingkatkan kembali variabel saluran distribusi misalkan dengan bekerjasama dengan pengusaha properti, memperbanyak reseller dikota-kota besar, yang diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian di perusahaan Mondi Mebel Jepara.
3. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan mondi Mebel jepara sudah baik, hal yang disarankan oleh peneliti untuk lebih meningkatkan promosi lewat media online seperti (*facebook, instagram, website*) dan aplikasi jual beli yang marak digunakan di era milenial ini, dan juga mengikuti pameran-pameran furniture untuk meningkatkan minat konsumen..
4. Keputusan pembelian sudah baik, namun terdapat hal yang disarankan kepada pihak perusahaan adalah agar bisa lebih mengkonsentrasikan untuk personal selling tanpa mengabaikan motivasi konsumen.

E. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan dalam penulisan skripsi ini. Shalawat teruntuk Rasulullah SAW yang telah memberikan pelajaran kepada kita semua bagaimana menjadi seorang pakar ekonomi islam yang baik dan diridhoi Allah SWT, semoga kita semua selalu mengikuti jejaknya. Amin

Penulis menyadari sedalam-dalamnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna meskipun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dan sangat dangkalnya pengetahuan yang penulis

miliki. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun pembaca, demi kesempurnaan dalam skripsi ini.

