

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil analisis dan pengkajian dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati .
4. Promosi, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati .

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian telah dilakukan sudah dijalankan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih banyak memiliki banyak Keterbatasan, diantaranya :

1. Analisis ini hanya menggunakan sampel 97 responden.
2. Penelitian ini hanya dilakukan kepada pembeli di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati .
3. Keterbatasan tenaga dan waktu membuat penelitian ini sedikit kurang maksimal.

C. Saran

Saran yang dibutuhkan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Bagi pemilik counter Merdheka Phone , melihat persaingan bisnis yang begitu ketat supaya dapat bertahan dan bersaing dengan produsen lainnya maka perusahaan diharapkan dapat meningkatkan promosinya. Supaya counternya bisa dikenal baik di dalam kota maupun luar kota, baik menggunakan media sosial maupun promosi secara langsung.
2. Bagi pemilik counter Merdheka Phone supaya memperhatikan harga yang ditetapkan, yaitu harga yang sesuai atau sama dengan kualitas produk yang diberikan,

jika harga terjangkau dan kualitas produk baik maka akan meningkatkan penjualan. karena harga merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan atau konsumen.

3. Untuk lokasi counter merdheka sudah strategis, jika ingin membuka cabang diperhatikan lokasinya, karena lokasi yang strategis merupakan faktor yang penting juga dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian pelanggan atau konsumen.
4. Untuk penelitian lain yang akan meneliti dengan topik yang sama, sebaik menambahkan beberapa variabel independen (bebas) yang lain, selain variabel promosi, harga dan lokasi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Seperti citra merek, kualitas pelayanan, kemasan produk dan lain-lain. Sehingga mendapatkan temuan baru dalam penelitian.

