

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh Bauran Promosi terhadap keputusan pembelian di PT. Hayati Pratama Mandiri, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Hayati Pratama Mandiri dengan nilai t hitung = 2,554 > t tabel 1,66159 dengan signifikansi 0,012 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Semakin baik periklanan dilakukan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Variabel penjualan pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Hayati Pratama Mandiri dengan nilai t hitung = 3,759 > t tabel 1,66159 dengan signifikansi 0,00 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Hayati Pratama Mandiri.
3. Variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Hayati Pratama Mandiri dengan nilai t hitung = 6,048 > t tabel = 1,66159 dengan signifikansi 0,00 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dalam penelitian ini Promosi sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk.

4. Variabel hubungan masyarakat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Hayati Pratama Mandiri. Hal ini ditentukan oleh nilai t hitung = $-2,831 < t$ tabel $1,66159$ dengan signifikansi $0,006 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat (Bauran Promosi) terhadap keputusan pembelian di PT. Hayati Pratama Mandiri. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F = 29,029$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bauran promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen di PT. Hayati Pratama Mandiri.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Hayati Pratama Mandiri harus meningkatkan bauran promosi, karena bauran promosi merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan produk kepada konsumen. Karena betapapun kualitasnya suatu produk kalau konsumen tidak mengenal maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut.

Oleh karena itu dengan meningkatkan bauran promosi maka akan meningkatkan keputusan pembelian yang tentunya akan meningkatkan penjualan produk. Hal ini juga akan meningkatkan laba dari perusahaan. Dengan meningkatkan bauran promosi perusahaan juga akan mampu untuk bersaing dengan perusahaan competitor.

2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih jauh faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dengan demikian akan mendapatkan gambaran yang lebih lengkap dan mendapatkan hasil penelitian lebih baik khususnya mengenai bauran promosi.



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**