

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor-faktor berikut mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya yaitu:

1. Kecenderungan konsumen untuk membeli dipengaruhi secara positif oleh kualitas promosi. Hal ini disebabkan karena konsumen lebih cenderung memilih dan membeli produk yang materi promosinya menarik perhatian mereka.
2. Karena konsumen lebih tertarik untuk membeli barang berkualitas tinggi, kualitas produk secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian.
3. Harga yang wajar meningkatkan kemungkinan pembelian, tetapi harga yang terlalu tinggi atau terlalu murah mungkin memiliki dampak negatif. Harga merupakan faktor penting lainnya dalam menentukan apakah akan membeli sesuatu atau tidak.
4. Ketika mempertimbangkan pembelian, tiga faktor utama yaitu harga, kualitas produk, dan kualitas promosi semuanya memiliki peran positif dan signifikan. Ketika dipertimbangkan secara keseluruhan, ketiga faktor ini membantu menjelaskan mengapa pilihan pelanggan di Retail XYZ mungkin bervariasi.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, berikut adalah beberapa saran yang dapat disampaikan:

##### **1. Saran Metodologis**

Penelitian selanjutnya dapat meningkatkan validitas hasil dengan menggunakan sampel yang lebih besar dan menambahkan variabel lain seperti budaya organisasi atau motivasi kerja. Selain itu, penelitian pada lembaga atau sektor yang berbeda dapat memberikan perbandingan yang lebih luas.

##### **2. Saran Praktis**

### 1. Bagi Manajemen Retail XYZ

Manajemen diharapkan dapat menumbuhkan ide – ide baru yang inovatif sehingga dapat meningkatkan Kualitas Promosi yang dapat meningkatkan penjualan di suatu Perusahaan. Kualitas Produk dan Harga yang baik dapat juga diatur oleh Manajemen untuk mengatur strategi kepada konsumen agar dapat maksimal dalam menarik konsumen dan keputusan pembelian konsumen.

### 2. Bagi Konsumen

Konsumen Ultramilk UHT disarankan untuk terus meningkatkan pengetahuan dan minat beli tentang produk yang berkualitas untuk meningkatkan keputusan pembelian yang lebih baik.

### 3. Bagi peneliti berikutnya

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan studi tentang Keputusan Pembelian dengan menambahkan variabel baru, mengganti sampel, dan memperbaiki keterbatasan penelitian ini.