

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang dikumpulkan dan hasil pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk minyak goreng Bimoli. Hal ini menunjukkan semakin baik promosi penjualan, maka akan semakin tinggi keputusan pembelian pada produk tersebut, sehingga penjualannya juga akan meningkat.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas produk, maka akan semakin tinggi keputusan pembelian pada produk tersebut, sehingga penjualannya juga akan meningkat.
3. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan semakin baik citra merek produk, maka akan semakin tinggi keputusan pembelian pada produk tersebut, sehingga penjualannya juga akan meningkat.
4. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan semakin baik harga yang ditawarkan perusahaan, maka akan semakin tinggi keputusan pembelian pada produk tersebut, sehingga penjualannya juga akan meningkat.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan agar lebih menjaga dan lebih meningkatkan promosi penjualan, kualitas produk, citra merek dan harga produk minyak goreng Bimoli di masyarakat untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Bagi penelitian mendatang

Untuk peneliti mendatang dapat menambahkan variabel seperti kepercayaan merek, persepsi harga dan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, karena masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.