

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui apakah periklanan, promosi penjualan, dan penjualan personal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun hasil yang didapat setelah menyelesaikan seluruh pengujian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Periklanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Arysa Hijab.
2. Promosi penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Arysa Hijab.
3. Penjualan personal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Arysa Hijab.
4. Periklanan, promosi penjualan, dan penjualan personal secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Arysa Hijab.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, berikut ini adalah implikasi manajerial:

1. Dengan dilakukannya periklanan melalui sosial media maka memudahkan Arysa Hijab dalam menjangkau konsumen-konsumennya dalam memberikan informasi terkait produk-produk Arysa Hijab. Maka dari itu Arysa Hijab harus terus menyuguhkan konten yang menarik agar para konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk Arysa Hijab.

2. Dengan dilakukannya promosi penjualan melalui *word of mouth* dan sosial media, Arysa Hijab harus terus mempertahankan promosi penjualan dengan memberikan potongan harga dan melakukan *event* menarik yang di berikan kepada konsumen agar terdorong untuk melakukan pembelian produk Arysa Hijab.
3. Dengan dilakukannya pendekatan penjualan personal antara para pekerja Arysa Hijab dengan konsumen, para pekerja diminta agar lebih ditingkatkan lagi dalam memberikan respon cepat, interaktif, dan memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen Arysa Hijab agar konsumen merasa nyaman dan melakukan pembelian produk Arysa Hijab.

