

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1 Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Bazar Bangunan Tambun.
- 2 Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Bazar Bangunan.
- 3 Hasil pengujian hipotesis secara serentak menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Hal ini memberi arti bahwa Kualitas Produk dan Promosi yang diberikan sangat menentukan dalam Keputusan Pembelian konsumen Bazar Bangunan Tambun Bekasi

#### **5.2 Saran**

Secara keseluruhan, variabel Kualitas Produk dan Promosi memberikan pengaruh kepada konsumen terhadap Keputusan Pembelian yang dilakukan, maka disarankan Bazar Bangunan bersama PT. Smart Techtex mengetahui strategi pemasaran yang cocok agar konsumen lebih tertarik dalam melakukan pembelian seperti memberikan promosi yang baik melalui iklan yang dilakukan untuk periode waktu tertentu sehingga konsumen lebih mengetahui produk-produk apa saja yang dipromosikan oleh perusahaan tersebut.

#### **5.3 Implikasi Manajerial**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi pihak – pihak yang terkait, antara lain:

1. Bagi PT.Smart Tectex dan toko Bazar Bangunan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai motivasi, peluang proses, permasalahan, serta kinerja bagi Perusahaan itu sendiri

Identifikasi mengenai berbagai kendala/permasalahan yang dihadapi perusahaan ini dapat digunakan sebagai acuan untuk perbaikan serta peningkatan kinerja perusahaan dikemudian hari.

