

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* dan harga terhadap keputusan pembelian di Fore Coffee. Setelah menyelesaikan semua uji, maka penulis dapat menarik kesimpulan berikut ini:

1. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa variabel *sales promotion* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Jatimulya Bekasi, dengan semakin tinggi tingkat *sales promotion* yang diberikan oleh Fore Coffee dapat memberikan pengaruh yang tinggi terhadap konsumen untuk membeli Fore Coffee.
2. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Jatimulya Bekasi, dengan harga yang ditetapkan oleh Fore Coffee pembeli merasa bahwa harga yang ditawarkan tersebut sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga hal tersebut memberikan pengaruh terhadap konsumen untuk membeli Fore Coffee.
3. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa *sales promotion* dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Jatimulya Bekasi, dengan adanya *seles promotion* yang dilakukan oleh Fore Coffee seperti promo menarik yang diberikan oleh Fore Coffee serta juga harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga pembeli tertarik untuk melakukan pembelian Fore Coffee.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya terbatas pada dua variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *sales promotion* dan harga, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian .
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan waktu, tenaga dan kemampuan dalam melakukan penelitian ini.
3. Penelitian ini dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak sesuai dengan pendapat responden yang sebenarnya, dikarenakan adanya perbedaan pemikiran anggapan dan pemahaman yang berbeda dari setiap responden.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang diajukan, sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian pengaruh *Sales promotion* dan harga terhadap keputusan pembelian, diharapkan dapat mempelajari dan mengetahui bahwa Pengaruh *Sales promotion* dan harga karena tidak menutup kemungkinan dengan melakukan penelitian yang mencakup lebih luas dari variabel ini akan menghasilkan penelitian yang lebih luas lagi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya memasukan variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih banyak tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan

menambahkan variabel bebas lain dapat membuat penelitian ini menjadi lebih sempurna.

