

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pengujian hipotesis tentang pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tri Dabir Mandiri, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Produk tidak pengaruh terhadap Volume Penjualan, Hal ini menunjukkan semakin baik Kualitas Produk dari PT. Tri Dabir Mandiri maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada PT. Tri Dabir Mandiri atau Hipotesis pertama terbukti dan diterima.
2. Variabel Harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Volume Penjualan, hal ini menunjukkan semakin meningkatkan keputusan pembelian dan sebaliknya. Artinya secara parsial Harga berpengaruh dalam Volume Penjualan pada PT. Tri Dabir Mandiri atau Hipotesis kedua terbukti dan diterima.
3. Variabel Promosi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian,. Hal ini menunjukkan semakin baik Kualitas Produk dari PT. Tri Dabir Mandiri maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada PT. Tri Dabir Mandiri atau Hipotesis pertama terbukti dan diterima.
4. Variabel Tempat tidak ada pengaruh terhadap variabel Volume Penjualan, hal ini menunjukkan semakin meningkatkan keputusan pembelian dan sebaliknya. Artinya secara parsial Harga berpengaruh dalam Volume Penjualan pada PT. Tri Dabir Mandiri atau Hipotesis kedua terbukti dan diterima.
5. Variabel Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat memiliki pengaruh signifikan secara bersama- sama terhadap variabel Volume Penjualan. Artinya ada pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Tempat.

### 5.1 Implikasi Manajerial

Pada Penelitian ini berguna sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian, maka implikasi manajerial yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Diharapkan Perusahaan Lift dan Eskalator selaku distribusi barang pada PT. Tri Dabir Mandiri perlunya dalam mempertahankan keunggulan yang dimiliki serta perlunya meningkatkan dan berinovasi terhadap teknologi dan baru guna tercapainya harapan konsumen atau produk yang diinginkan konsumen.
2. Sebagai salah satu pesaing dalam penjualan produk Lift dan escalator perlu berupa menetapkan strategi bersaing yang ampuh guna untuk memenangkan persaingan dengan menetapkan harga dan produk yang baik.
3. Dengan adanya penelitian ini, pihak dari PT. Tri Dabir Mandiri penjual dalam produk Lift dan escalator mengkaji Produk seperti apa yang dikembangkan dimasa depan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan serta tercapainya harapan konsumen atas produk Lift dan escalator yang ditawarkan, khususnya pada pangsa pasar.