

## BAB V

## PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai kualitas produk, harga dan promosi dalam keputusan pembelian King Koil, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian King Koil. Perusahaan harus terus selalu memperhatikan kualitas suatu produk, Ketika King Koil memberikan kualitas yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen maka dapat mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut secara berulang.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Dengan kata lain, semakin kompetitif harga yang ditawarkan dan kemampuan mempertahankan harga dengan tetap menjaga kualitas produk yang terjangkau maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.
3. Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian King Koil. Dinyatakan bahwa promosi yang dilakukan baik, menarik dan terprogram agar dapat diterima dengan baik oleh konsumen.
4. Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk King Koil. Semakin baik kualitas produk serta harga yang di tetapkan serta semakin baik promosi yang di lakukan maka akan semakin meningkatnya peningkatan pembelian king koil.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka peneliti ingin memberikan sebuah saran atau bahan referensi sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan King Koil untuk meningkatkan atau menambah nilai produk dan memperkuat branding dan melakukan strategi pemasaran yang tepat juga dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan harga produknya. Serta meningkatkan pemasaran secara online dari segi media sosial lainnya seperti instagram, facebook dan tiktok agar meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap pembelian Kasur King Koil.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan dan wawasan tentang keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh promosi, kualitas produk, harga, Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu belum melihat secara keseluruhan variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian, diharapkan peneliti lain dapat menambahkan variabel-variabel yang lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang kemungkinan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian agar peneliti selanjutnya dapat lebih sempurna lagi.
3. Bagi Penulis Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai keputusan pembelian, serta ilmu pemasaran yang didapatkan dipenelitian ini seperti apa saja yang dilakukan saat promosi, bagaimana suatu produk harus memiliki kualitas, dan harga mempengaruhi sebuah keputusan pembelian konsumen, berdasarkan teori yang didapatkan selama perkuliahan berlangsung.