

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Product* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT. TEKNOS INDONESIA.
2. *Place* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT. TEKNOS INDONESIA.
3. *Promotion* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT. TEKNOS INDONESIA.
4. *Price* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT. TEKNOS INDONESIA.

B. SARAN

1. Bagi PT. TEKNOS INDONESIA

Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat disampaikan kepada pada PT. TEKNOS INDONESIA Agar perusahaan dapat mempertahankan pangsa pasar yang ada maka perusahaan harus memperhatikan sebagian aspek bauran pemasaran (4P) yaitu:

- a. Mempertahankan kualitas mutu dan kualitas produk undangan dengan selalu memperhatikan bahan yang akan diolah untuk di jadikan produk undangan dengan desain dan juga konsep yang mempunyai keunikan. Pengawasan secara berkala terhadap produk yang telah dihasilkan untuk bagian bahan. Hal ini dengan maksud supaya produk yang dihasilkan bisa bertahan di pangsa pasar serta bertahan menghadapi pesaing dari

perusahaan yang lainnya, baik pesaing yang sudah lama ataupun pesaing yang baru saja masuk terjun di dunia percetakan undangan.

- b. Menetapkan kebijakan penetapan harga secara lebih konsisten sehingga harga dapat lebih kompetitif dengan pesaingnya. Perusahaan juga tetap mendapatkan feedback keuntungan setelah harga dikurangi dari modal dan juga biaya operasional perusahaan.
- c. Terus selalu meningkatkan kegiatan promosi melalui kegiatan pameran ataupun bazar secara berkala baik di lingkup kecamatan, lingkup kabupaten, maupun di lingkup kota-kota besar lainnya, promosi lewat iklan, di media elektronik, ataupun menjadi sponsor produk pada ajang atau event-event yang berskala nasional sehingga hasil produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas di luar sana.

Hasil dari uji korelasi dan regresi linier berganda dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari keempat variabel yang diteliti, variabel promosi merupakan variabel yang memiliki hubungan serta potensi kenaikan keputusan pembelian tertinggi dari variabel lain. Hal ini menjelaskan bahwa pengaruh dari kinerja reseller, pemberian diskon pada produk, serta penggunaan media sosial merupakan langkah strategis yang bisa dilakukan PT. TEKNOS INDONESIA untuk memastikan bahwa ketertarikan para pembelian untuk membeli produk undangan akan menjadi lebih mudah, serta pemberian diskon yang di berikan akan membuat minat beli para calon pembeli untuk memutuskan membeli di PT. TEKNOS INDONESIA.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian dengan variabel lain yang diduga memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pelanggan. selain itu peneliti selanjutnya

dapat mengembangkan metode penelitian agar lebih luas sehingga lebih akurat dan terpercaya.