

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada UD. Sumberjaya Elektronik, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari pengujian uji validitas dari variabel promosi dan variabel keputusan pembelian menyatakan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel Promosi dan Keputusan Pembelian adalah valid. Hal ini terlihat dari  $r$  hitung (*pearson correlation*) setiap pertanyaan lebih besar dari nilai  $R$  tabel dengan tingkat signifikansi untuk semua pertanyaan pada tingkat 0,05.
2. Berdasarkan melalui pengujian secara uji statistik  $t$  diketahui bahwa nilai dari  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan memiliki nilai signifikansi yang kurang dari nilai probabilitas. Hal ini artinya ada pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga Hal yang menyatakan adanya pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian dapat diterima dan  $H_0$  ditolak.
3. Melalui pengujian koefisien determinasi atau  $R^2$  bahwa variabel Promosi mampu menjelaskan variabel Keputusan Pembelian sebesar 52,5%. Hal ini artinya keputusan pembelian memang dipengaruhi oleh promosi, promosi yang menarik dapat

meningkatkan keputusan pembelian pada UD. Sumber jaya Elektronik.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Peneliti menyarankan UD. Sumberjaya Elektronik agar dapat ditingkatkan lagi mengevaluasi produk-produk yang akan dijual ke konsumen dan ketidaksesuaian produk perlu juga perlu ditingkatkan. Untuk memberikan diskon kepada pelanggan dan keunggulan produk pada UD. Sumberjaya Elektronik cukup baik. Diharapkan UD. Sumberjaya Elektronik dapat mempertahankan promosi terhadap keputusan pembelian dari konsumen menjadi lebih baik lagi.