

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan uraian bab sebelumnya maka dapat dibuat simpulan yaitu :

1. Variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian di Beta Jaya Mart, sehingga dapat disimpulkan semakin baik promosi penjualan yang diberikan juga akan meningkatkan keputusan pembelian di Beta Jaya Mart.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian di Beta Jaya Mart sehingga dapat disimpulkan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat mempengaruhi tingginya tingkat keputusan pembelian di Beta Jaya Mart.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini mengambil sampel konsumen Beta Jaya Mart Ponorogo, sehingga kuesioner hanya bisa di bagikan kepada pembeli di Beta Jaya Mart bukan untuk toko ritel yang lain.

5.3 Saran Akademis

1. Saran Akademis
 - a. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lainnya. Karena nilai R^2 pada penelitian ini sebesar 37,6% yang menunjukkan bahwa ada faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Saran Praktis
 - a. Berdasarkan penelitian ini promosi penjualan yang di lakukan oleh Beta Jaya Mart menunjukkan hasil yang tinggi. Beta Jaya Mart mempertahankan terkait dengan promosi penjualan supaya lebih menarik konsumen. Promosi penjualan yang dilakukan seperti tebus murah, potongan harga dan yang lainnya sudah baik sehingga konsumen tidak perlu ragu untuk berbelanja di Beta Jaya Mart.

- b. Mempertahankan pelayanan yang telah di berikan, setiap keperluan yang di butuhkan oleh konsumen dan juga melayani pesan antar sehingga konsumen tidak perlu datang langsung ke toko, termasuk jika ada komplain dari konsumen pihak dari Beta Jaya Mart siap menampung dan memberikan solusi atas masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilliani, Siti & Meryati, Ani. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Motor Honda Cabang Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma Universitas Pamulang*, Vol. 2, No. 1, 2021. ISSN : 2775-9695
- Aristonandri, Prima. 2009. *Marketing Research For Beginer Panduan Praktis Riset Pemasaran Bagi Pemula*. Yogyakarta: Prima
- Dipayanti, Kris. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Giant Extra Pamulang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 2, No. 1, 2018. ISSN : 2598-0823. s
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Budiono.(2019). *Perkembangan ritel di Indonesia*. Di dapat dari <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/bisnis-ritel/#:~:text=mengutip%20dari%20laman%20Historia.id,nwgara%2Dnegara%20Barat%20dan%20Jepang>. 20 Januari 2021, pukul 14.55 WIB.
- Husein, Umar,(2003), *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta; Ghaliha Indonesia, Cetakan Pertama
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jkarta: Erlangga. P125
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 jilid 1& 2 Jakarta : PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat (2013): *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 4. Salemba. Jakarta
- Prakoso,Budiman.(2020). *Sejarah Ritel Modern di Indonesia*. Di dapat dari <http://www.kompasiana.com/amp/budhiman/5f90e596de3439683f768cd2/sejarah-ritel-modern-di-indonesia-dari-kemunculan-hingga-eksistensinya-di-masyarakat> . 20 Januari 2021, pukul 13.48 WIB
- Sitepu, Alesia & Agus Hermani DS. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gelael Supermarket Citraland Semarang . *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. X, No. 2, 2020.
- Sofyandi, Herman.(2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu. Yogyakarta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung. Supranto, J.

Sunanto & Asmoro Lingga Gumelar Wido. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Giant Ekstra CBD Bintaro). *Jurnal Ilmiah Feasible Bisnis, Kewirausahaan dan Koperasi*, Vol. 3, No. 1, 2021. ISSN : 2655-9811

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.