

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uraian pada bab-bab sebelumnya, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai pembuktian dari hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut.

1. Variabel Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel Distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Variabel harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Masukan untuk PT. Gudang Garam, Tbk. Agar melakukan peningkatan dari segi produk, harga, promosi, dan distribusi dengan melakukan riset keinginan dari konsumen dan melakukan penelitian yang lebih akurat lagi, Terutama dari segi promosi dan distribusinya.

2. Bagi Akademisi

Bagi pihak yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain produk, harga, promosi, dan distribusi. Karena dari penelitian ini diketahui 46,9% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Lebih teliti lagi dalam penentuan teori dan pembuatan kuesioner, agar lebih baik lagi dalam hasil penelitian.