

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian yang telah dilakukan, peneliti menemukan hasil sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai *bahan* masukan dan evaluasi bagi pihak manajemen PT. Paragon Technology and Innovation, untuk mengetahui pengaruh variable harga, promosi dan kualitas produk dalam menciptakan keputusan pembelian tersebut yang pada akhirnya berguna bagi tujuan jangka panjang perusahaan, serta sebagai informasi yang dapat dijadikan dasar didalam strategi untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Bagi Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bukti studi kasus dan acuan atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik dalam proses perkuliahan.