

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang sudah dilakukan dalam ulasan ini, dapat diketahui bahwa hasil yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara parsial harga(X1), terhadap keputusan pembelian(Y) mobil Wuling di Bandar Lampung
2. Terdapat pengaruh secara parsial promosi penjualan(X2), terhadap keputusan pembelian(Y) mobil Wuling di Bandar Lampung
3. Terdapat pengaruh secara simultan harga(X1), promosi penjualan(X2), terhadap keputusan pembelian(Y) mobil Wuling di Bandar Lampung.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi perusahaan

Berdasar hasil dari penelitian, pengujian hipotesis, dan kesimpulan, penulis membuat usulan kepada Wuling Bandar Lampung sebagai berikut:

1. Untuk hal harga pada Wuling Bandar Lampung sebaiknya harga yang ditetapkan Wuling lebih baik lagi, guna konsumen dapat menjangkau harga dari produk itu. Selain itu, harga yang ditetapkan Wuling yang setara dengan keinginan konsumen dapat dipertimbangkan sebaik mungkin.
2. Dari hasil kesimpulan yang sudah dikemukakan, Wuling juga harus memperhatikan promosi penjualan yang dilakukan dengan meningkatkan promo-promo seperti potongan harga, dp yang rendah, gratis servis pada produk mereka dengan tujuan agar produk yang ditawarkan menimbulkan daya Tarik bagi konsumen untuk dapat membangkitkan keputusan pembelian Wuling di Bandar Lampung.

3. Bagi Wuling Bandar Lampung lebih memperhatikan indikator jumlah pembelian dalam dimensi keputusan pembelian dengan cara memberikan harga yang terbaik disetiap produknya agar dapat menarik konsumen dan memberikan atau menambah promo-promo seperti potongan harga yang ditingkatkan lagi, dp yang rendah, dan dari situ konsumen akan merespon positif dan melakukan pembelian di Wuling Bandar Lampung.