

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan PLS untuk menguji Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi Harga mempunyai kontribusi terhadap keputusan pembelian *voucher* internet XL di Bimbi Cell Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan. Semakin baik persepsi harga yang dipersepsikan oleh konsumen maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada *voucher* internet XL. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga berkontribusi terhadap keputusan pembelian.
2. Promosi mempunyai kontribusi terhadap keputusan pembelian *voucher* internet XL di Bimbi Cell Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan. Semakin baik promosi yang di dapat oleh konsumen maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada *voucher* internet XL. Hal ini menunjukkan bahwa promosi berkontribusi terhadap keputusan pembelian.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan, maka terdapat beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan

keputusan, antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak penjual *voucher* internet XL dapat memanfaatkan strategi persepsi harga dengan memberikan harga yang terjangkau yang sesuai dengan kualitas yang diberikan pada produk *voucher* internet XL dan tidak jauh berbeda dengan merek lain. Dan memanfaatkan penyebaran mengenai suatu informasi tentang *voucher* internet XL yang semakin terjangkau harga *voucher* internet XL maka akan menjadi semakin dikenal.
2. Diharapkan kepada pihak penjual *voucher* internet XL dapat memanfaatkan strategi promosi dengan memberikan harga yang terjangkau dan perbandingan harga dengan *voucher* internet lain sesuai dengan kualitas yang diberikan pada produk *voucher* internet XL dan tidak jauh berbeda dengan merek lain.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti harga, kualitas produk, brand image, dan yang lainnya.