

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Kesimpulan berikut mengenai dampak harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian dapat dibuat berdasarkan temuan dan pembahasan studi yang telah dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, pengelolaan data, dan analisis data:

1. Variabel Harga, Kualitas Produk dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian terhadap Produk Saus Sambal ABC studi pada konsumen di kota Surabaya.
2. Variabel Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Saus Sambal ABC studi pada konsumen di kota Surabaya.
3. Variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Saus Sambal ABC studi pada konsumen di kota Surabaya.
4. Variabel Promosi berpengaruh negatif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Saus Sambal ABC studi pada konsumen di kota Surabaya.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan  
Dalam upaya untuk menarik perhatian konsumen, perusahaan perlu melakukan beberapa upaya, antara lain :
  - a. Disarankan agar perusahaan menjaga harga dan kualitas produk Saus Sambal ABC, hal ini bertujuan agar perusahaan dapat

mempertahankan posisinya tetap sebagai pemimpin pasar supaya konsumen tidak beralih ke produk merek lain.

- b. Untuk meningkatkan Keputusan Pembelian, maka disarankan perusahaan memperhatikan promosi terkait produk tersebut agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya yang menghasilkan produk sejenis. Promosi tersebut penting untuk mendorong konsumen agar melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih variatif lagi dalam mengembangkan hal-hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan tidak hanya sebatas harga, kualitas produk, dan promosi.