

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan.

1. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien jalur variabel Keragaman Produk terhadap Promosi Penjualan adalah 0,517. Koefisien jalur tersebut memberikan arti bahwa pengaruh Keragaman Produk terhadap Promosi Penjualan adalah positif sebesar 51,7%. Dimana, ketika Keragaman Produk meningkat maka Promosi Penjualan juga ikut meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Keragaman Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Promosi Penjualan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien jalur variabel Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian adalah 0,309. Koefisien jalur tersebut memberikan arti bahwa pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian adalah positif sebesar 30,9%. Dimana, ketika Keragaman Produk naik maka Keputusan Pembelian naik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Keragaman Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien jalur variabel Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian adalah 0,418. Koefisien

jalur tersebut memberikan arti bahwa pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian adalah positif sebesar 41,8%. Dimana, ketika Promosi Penjualan naik maka Keputusan Pembelian naik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi Penjualan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Alfamart Cabang Simpang Marelان

Bagi pihak alfamart, sebaiknya memperhatikan dan mempertahankan keragaman produk yang ditawarkan alfamart sehingga memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan dan melakukan pembelian ulang, serta memberikan informasi mengenai promosi penjualan secara jelas sehingga konsumen tidak merasa kecewa dengan promosi yang ditawarkan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel-variabel lain yang dapat diperhatikan dan sesuai untuk alfamart, seperti variabel harga, lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan store atmosphere, guna menambah pengetahuan pembaca.