BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan peneitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di dealer honda patria menralo jambi dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi Penjualan barada pada rata-rata 391,5 artinya dapat dikategorikan baik karena berada pada rentang skala 323-398, sedangkan Keputusan Pembelian berada pada rata-rata 410 artinya dapat dikategorikan sangat baik karena berada pada rentang skala 399-475.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh angka t_{hitung} 9,961> 1,661 (t_{tabel}) maka Ho ditolak dan Hi diterima. Dengan demikian ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi, berdasarkan hasil variabel promosi penjualan pada indikator hadiah, maka perlu di tingkatkan promosi terutama hadiah yang akan diberikan pada pembeli sepeda motor merek honda. Berdasarkan hasil variabel keputusan pembelian pada indikator jumlah pembelian, maka PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi lebih sering

dalam memberikan informasi promosi dengan detail mengenai kegiatan promosinya mengenai banyaknya pembelian yang dimiliki Dealer Honda Patria Mendalo Jambi dengan kompetitornya.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan meneliti unsur-unsur lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, harga dan tempat. Penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya menggunakan model sederhana satu variabel tetapi menggunakan lebih dari satu variabel penelitian guna memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.
3. Bagi Peneiliti, dengan demikian hasil yang didapatkan untuk memberikan edukasi mengenai promosi penjualan terhadap keputusan pembelian