

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, pengujian olah data, serta menganalisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui (Studi Kasus pada Konsumen Hanasui di Madiun), dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui di Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dimiliki oleh suatu produk akan mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat untuk melakukan pembelian produk Hanasui.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui di Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang dimiliki oleh suatu produk akan mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat untuk melakukan pembelian produk Hanasui.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui di Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang dimiliki oleh suatu produk akan mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat untuk melakukan pembelian produk Hanasui.

## **B. Implikasi dan Saran**

### **1. Implikasi**

Setelah mengetahui kesimpulan dari penelitian ini, maka implikasi dari penelitian ini sebagai berikut:

#### **a) Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan agar digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi keputusan pembelian konsumen dengan mempertahankan dan menginovasi produk-produk terbaru untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan konsumen agar lebih lengkap.

#### **b) Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan agar menambah pengetahuan dan pertimbangan dalam melakukan pembelian produk Hanasui.

### **2. Saran**

Dengan adanya saran dari penelitian ini, agar dapat bermanfaat untuk bahan pertimbangan oleh pihak yang bersangkutan untuk melakukan inovasi untuk meningkatkan konsumen. Berikut merupakan saran dari peneliti:

#### **a) Pihak Perusahaan**

Bagi perusahaan Hanasui diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan produk, serta terus melakukan inovasi ataupun menciptakan berbagai produk yang baru yang dapat disesuaikan pada kebutuhan masyarakat.

b) Konsumen atau Masyarakat

Bagi masyarakat atau konsumen diharapkan untuk pintar mencari berbagai informasi mengenai produk-produk ada dipasaran dan memberikan informasi tentang produk tersebut kepada masyarakat lain agar masyarakat juga mengenal dan memutuskan pembelian terhadap produk Hanasui.

c) Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini memiliki gambaran tentang adanya beberapa variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen dengan hasil yang signifikan dengan populasi masyarakat di Madiun. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat memperluas populasi yang diambil dan menambah variabel dependen untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.