

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Televisi LED 32 *INCH* merek LG di Kelurahan Ulujami, Jakarta Selatan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pada pengujian secara pasrial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
- b. Dari hasil pengujian secara simultan atau bersama-sama menyatakan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

V.2 Saran

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Televisi LED 32 *INCH* merek LG di Kelurahan Ulujami, Jakarta Selatan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Pemasar/penjual produk Televisi LED 32 *INCH* merek LG supaya memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, dan promosi. Sebaiknya penetapan strategi pemasaran perlu memperhatikan faktor tersebut.
- b. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain yang berkaitan dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diluar variabel kualitas produk, harga dan promosi agar hasilnya lebih maksimal.