

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan pernyataan singkat, jelas, dan sistematis dari keseluruhan hasil analisis, pembahasan, dan pengujian hipotesis dalam sebuah penelitian. Peneliti berusaha memperlihatkan benang merah antara keseluruhan bagian dalam penelitian, terutama antara masalah penelitian, hipotesis, dan analisis data. Sebuah kesimpulan harus didasarkan pada hasil penelitian. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Mebel Cahaya Kesugihan” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel Promosi (X1) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu variabel keputusan pembelian (Y) di Toko Mebel Cahaya Kesugihan. Hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh t hitung $2,871 > t$ tabel $1,622$ dan nilai signifikan $0,005$ kurang dari $0,05$ yang artinya variabel Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mebel Cahaya Kesugihan.
2. Hasil uji t hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel Potongan harga (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu variabel keputusan pembelian (Y) di Toko Mebel Cahaya Kesugihan. Hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh t hitung $3,498 > t$ tabel $1,662$ dan

nilai signifikan 0,001 kurang dari 0,05 yang artinya variabel Potongan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mebel Cahaya Kesugihan.

3. Promosi (X1) dan Potongan Harga (X2) secara bersama memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) di Toko Mebel Cahaya Kesugihan dengan hasil uji regresi F hitung sebesar 65, 278 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ 3,098.

B. Implikasi

Implikasi merupakan pernyataan mengenai konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian. Berdasarkan kesimpulan tersebut terdapat implikasi sebagai berikut :

1. Dalam hal penawaran harga, promosi dengan cara potongan harga (diskon) berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen. Jika terdapat potongan harga yang ditawarkan dalam suatu produk tentunya mampu menarik minat beli konsumen lebih besar, dari pada penawaran dengan harga normal. Untuk itu, upaya strategi potongan harga diharapkan dapat diaplikasikan secara tepat, supaya mampu mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemilik Toko Mebel Cahaya Kesugihan untuk mengetahui dan memperhatikan adanya pesaing harga dengan toko sekitar. Efektif dalam melakukan promosi baik secara langsung maupun secara online lewat media sosial. Setiap pembelian di Toko Mebel Cahaya selalu memperhatikan

keluhankeluhan atau harapan dari konsumen agar kedepannya akan menimbulkan keputusan pembelian yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan itu sendiri.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung dalam penelitian ini, beberapa keterbatasan yang dialami dapat menjadi acuan untuk dapat lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki banyak kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Variabel Promosi dan Potongan Harga dipenelitian ini hanya berpengaruh sebanyak 60 % sisa 40 % dipengaruhi dari variabel lainya yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti variabel kualitas produk, citra merk, lokasi, dll.