

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan karena memiliki tujuan untuk menganalisis terkait pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di *Sneakers* Lampung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi yang berjudul pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di *Sneakers* Lampung. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian Dengan thitung sebesar 8,707 dan nilai ttabel sebesar 1,660. Sedangkan tingkat signifikansi thitung $0,000 < 0,05$ menyimpulkan hipotesis yang diajukan diterima yaitu promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian terdapat pengaruh dengan uji koefisien linier sederhana sebesar 43,6%.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mempertimbangkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi toko *Sneakers* Lampung agar memberikan promosi yang lebih baik dan unik agar dapat lebih menarik lagi sehingga dapat memberikan pengaruh positif kepada calon konsumen dalam keputusan pembelian. Selain itu pemilik *sneakers* lampung bisa

berikan pelayanan yang lebih berkualitas agar terciptanya sikap loyalitas dari para calon konsumen.

2. Untuk peneliti selanjutnya, dapat memperjelas kriteria sampel dan mengambil sampel dari masyarakat yang telah memenuhi kriteria tersebut, karna variabel promosi dan keputusan pembelian berkontribusi kecil lalu variabel nya tidak berpengaruh, peneliti selanjutnya bisa mengganti variabel lain seperti harga, kualitas produk, lokasi, dan kepuasan konsumen.
3. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi yang bermanfaat untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di *Sneakers* Lampung.

