

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjabarkan simpulan dari hasil dan pembahasan pada bab IV, kemudian memberikan saran, dan menjelaskan keterbatasan penelitian sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya.

A. Simpulan

1. Berdasarkan hasil pembahasan pada bab 4, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu diskon dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen di kota Palembang. Hal ini sesuai dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya yang juga membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara diskon dan perilaku pembelian konsumen kota Palembang. Berdasarkan teori, diskon pada dasarnya memberikan potongan harga pada suatu produk sehingga menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.
2. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa kupon diskon tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Hal ini dapat diakibatkan oleh kurangnya ketertarikan konsumen kota Palembang untuk pembelian menggunakan kupon diskon, sehingga mengakibatkan kurangnya efektivitas kupon diskon terhadap perilaku pembelian konsumen kota Palembang.

3. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa promosi beli satu gratis satu tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen kota Palembang. Hal ini dapat diakibatkan oleh kurangnya minat konsumen kota Palembang untuk membeli produk yang sedang promo beli satu gratis satu jika produk tersebut belum diperlukan, sehingga mengakibatkan kurang efektifnya promosi beli satu gratis satu dalam mempengaruhi perilaku pembelian konsumen kota Palembang.
4. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa pemberian sampel gratis tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen di kota Palembang. Tidak berpengaruhnya pemberian sampel gratis ini dapat diakibatkan oleh kurangnya minat konsumen di kota Palembang untuk mencoba sesuatu yang ditawarkan secara gratis. Hal ini mengakibatkan kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai promosi sampel gratis, sehingga dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap efektifitas pemberian sampel gratis dalam mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.
5. Simpulan yang terakhir adalah promosi penjualan berupa diskon harga merupakan alat promosi penjualan yang paling efektif digunakan dalam mempengaruhi perilaku pembelian masyarakat kota Palembang.

B. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain penelitian ini memiliki jangkauan yang terlalu umum, tidak spesifik pada produk maupun toko. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel bebas yang diduga dapat mempengaruhi variabel tetap. Walaupun variabel yang digunakan sudah cukup, namun lebih baik jika lebih banyak variabel yang digunakan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dan dijelaskan di atas, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk para pemasar toko retail di kota Palembang sebaiknya memperhatikan faktor promosi penjualan pada toko retail mereka terutama promosi penjualan yang berupa diskon harga. Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, diskon harga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen kota Palembang. Dengan menambahkan promosi penjualan berupa diskon harga, maka para konsumen akan terpengaruh untuk mengunjungi toko dan melakukan pembelian. Dengan demikian maka promosi penjualan berupa diskon harga dapat membantu para pemasar untuk meningkatkan penjualan.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat membatasi ruang lingkup penelitian agar lebih memfokuskan hasilnya dengan cara memberikan batasan pada toko maupun produk. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan

variabel lain yang diduga mampu memberikan pengaruh terhadap variabel tetap, misalnya kartu member, undian berhadiah, *cash back*, tukar tambah, dan lain-lain.