

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah mencari jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh *midnight sale* terhadap keputusan pembelian pada *Sports station* di PVJ Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh strategi promosi *midnight sale* terhadap keputusan pembelian pada *Sports station* di PVJ Bandung?

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Dalam uji regresi yang ditampilkan pada output SPSS besarnya Adjusted R² adalah 0,382, hal ini berarti 38,2 % variasi keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel *independen* yaitu *midnight sale*. Sedangkan sisanya (100 % - 38,2 % = 61,8 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Uji anova atau F test, didapat F hitung sebesar 104,058 dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikan). Karena probabilitas jauh lebih kecil daripada 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa *midnight sale* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan *midnight sale* juga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat probabilitas signifikansi 0,000.

5.2 Keterbatasan Masalah

- Penelitian ini hanya dilakukan pada *Sports station* PVJ Bandung
- Penelitian ini tidak mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian
- Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan sekitar Universitas Kristen Maranatha.

5.3 Saran-saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- Penelitian selanjutnya diharapkan dapat diuji dengan memakai tempat yang berbeda sehingga dapat menggambarkan lebih jelas besar pengaruh *midnight sale* terhadap keputusan pembelian
- Penelitian selanjutnya diharapkan juga dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian
- Penelitian selanjutnya diharapkan sampel yang diambil bukan hanya dari lingkungan Universitas Kristen Maranatha.