

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Simpulan dari penelitian pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian vitamin Ester-C pada Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Kristen Maranatha adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi harga terhadap keputusan pembelian Ester-C sebesar 38,6%
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian Ester-C sebesar 27%
3. Dari Hasil Uji F bahwa secara simultan (secara bersama-sama) kedua variabel bebas, yaitu (persepsi harga dan promosi) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 44,8% terhadap keputusan pembelian konsumen Ester-C pada Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Kristen Maranatha, sedangkan sisanya 55,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa sisi kelemahan sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel Mahasiswa dan Mahasiswi yang mengkonsumsi vitamin Ester-C di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh Mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.

2. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap
3. Penelitian ini hanya meneliti harga dan promosi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian misalnya faktor budaya, sosial, personal, dan psikologis konsumen.
4. Penelitian ini hanya melakukan pengujian secara parsial dari setiap pengaruh sehingga alat bantu pengujian hanya menggunakan SPSS.

### 5.3 Saran-saran

Berdasarkan permasalahan penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mahasiswa dan Mahasiswi di Universitas Kristen Maranatha, maka berikut beberapa saran yang akan penulis jelaskan :

#### A. Saran bagi Perusahaan :

1. Hasil perhitungan Harga (X1) merupakan variabel yang berpengaruh pertama terhadap keputusan pembelian., berdasarkan hasil penelitian maka penulis menyarankan agar Ester-C perlu melakukan produksi dengan seefisien mungkin agar memperoleh harga yang rendah.
2. Hasil perhitungan Promosi (X2) merupakan variabel yang paling berpengaruh kedua terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian , maka penulis menyarankan agar Ester-C mendorong para Sales Promotion Girl (SPG) untuk meningkatkan pelayanannya kepada konsumen agar dapat menarik para pelanggan yang mengkonsumsi vitamin Ester-C.

#### B. Saran bagi Penulis lain:

1. Penulis selanjutnya diharapkan untuk mengambil sampel dalam lingkup yang lebih luas , sehingga data yang diperoleh dari hasil penelitian lebih lengkap.
2. Melakukan wawancara dalam mengumpulkan data sehingga hasil penelitian yang didapatkan lebih lengkap.
3. Penulis selanjutnya diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Seperti citra merek, loyalitas pelanggan, periklanan, word of mouth, dan lain-lain.

