

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengumpulan data terhadap 220 responden, yaitu siswa dan siswi SMA “X” Kota Bandung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, siswa dan siswi SMA “X” Bandung sebagian besar memiliki keputusan membeli kategori tinggi terhadap deodorant “X”.
2. Dalam memutuskan untuk membeli deodorant “X” remaja di SMA “X” Kota Bandung dipengaruhi oleh aspek *product*, diikuti oleh aspek *promotion*, aspek *place* lalu aspek *price*.

5.2 SARAN

5.2.1 SARAN TEORITIS

- Memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan hubungan antara aspek-aspek dari suatu produk dengan keputusan membeli.

5.2.2 SARAN PRAKTIS

- Produsen mempertahankan aspek *product* dari *marketing mix* yaitu logo, kualitas dan aroma, bentuk kemasan.