

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada “ Analisi Pengaruh Merek, Pelayanan, Image, *Sales Promotion Staff* , dan Diskon Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Home Living* di USUPSO Galaxy Mall Surabaya ” disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil Uji T diketahui bahwa Merek, Pelayanan, Image, *Sales Promotion Staff*, dan Diskon Penjualan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di USUPSO Galaxy Mall Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan hasil Merek mempunyai nilai sig. T sebesar $0,027 < 0,05$. Pelayanan mempunyai nilai sig.T sebesar $0,032 < 0,05$. Image mempunyai nilai sig. T sebesar $0,010 < 0,05$. *Sales Promotion Staff* mempunyai nilai sig. T sebesar $0,045 < 0,05$. Dan Diskon mempunyai nilai sig. T sebesar $0,001$
2. Merek, Pelayanan, Image *Sales Promotion Staff*, dan Diskon Penjualan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Home Living* di USUPSO Galaxy Mall Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig. F $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat digunakan dan bermanfaat untuk perusahaan maupun pihak lain, diantara lain :

1. Diharapkan untuk perusahaan USUPSO lebih meningkatkan Merek untuk perusahaan, karena Merek adalah salah satu hal yang sangat mudah untuk diingat oleh konsumen. Semakin terkenal merek tersebut maka akan semakin banyak pula konsumen yang datang.
2. Diharapkan untuk perusahaan USUPSO agar tetap mempertahankan Diskon Penjualan serta lebih bervariasi dalam membuat Diskon Penjualan karena konsumen lebih menyukai produk dengan label diskon.