

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F, diperoleh bahwa secara simultan terbukti ada pengaruh harga, promosi penjualan dan publisitas terhadap keputusan pembelian.
2. Pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t antara masing-masing variabel bebas dengan variabel bebas, yaitu :
  - a. Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
  - b. Variabel promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
  - c. Variabel publisitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **5.2. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti menggunakan rekomendasi sebagai berikut:

1. Pada dasarnya strategi harga, promosi, dan publisitas sudah cukup bagus. Karena dengan harga yang terjangkau masyarakat dapat membeli air minum merk "SIHA". Dan dengan menggunakan strategi promosi yang pintar air minum merk "SIHA" bisa dikenal dengan banyak orang. Oleh karena itu strategi ini harus tetap di pertahankan. Kecuali publisitas masih harus di perbaiki caranya supaya bisa lebih bagus.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharap untuk menambah variabel diluar Harga, Promosi Penjualan, dan Publisitas yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti diferensiasi.