

oleh penjual. Promosi merupakan salah satu usaha dari penjual dalam menginformasikan dan memengaruhi orang lain sehingga tertarik untuk membeli barang yang dipasarkannya”. Pada hasil temuan Monica & Bahrn (2020) membuktikan variable promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Toko Harno surya sebaiknya membuat promosi dapat dilihat oleh pelanggan tanpa harus masuk terlebih dahulu kedalam toko, dibuat dari luar pun pelanggan dapat mengetahui jika Toko Harno Surya mengadakan promosi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan hasil penelitian mengenai pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan responden customer toko Harno Surya, diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada toko Harno Surya di Kartasura
2. Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pada toko Harno Surya di Kartasura
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada toko Harno Surya di Kartasura

B. Saran

Berdasarkan temuan, analisis dan rekomendasi penelitian. Oleh karena itu berikut saran yang dapat dibuat:

1. Bagi Toko Harno Surya di Kartasura
 - a. Toko Harno Surya di Kartasura sebaiknya semakin meningkatkan kesesuaian harga dengan manfaat dengan cara menetapkan harga produk yang ditawarkan pada toko Harno Surya semakin sesuai dengan manfaat yang didapatkan. Toko Harno Surya di Kartasura hendaknya selalu menjaga keterjangkauan harga yang selalu sesuai dengan kebutuhan.
 - b. Toko Harno Surya di Kartasura sebaiknya semakin berusaha untuk memenangkan kompetisi yaitu walaupun terdapat toko sejenis yang berdekatan dengan Toko Harno Surya, namun konsumen lebih senang membeli di Toko Harno Surya karena lokasi yang cukup dekat dengan pelanggan sehingga lebih efisien, menghemat waktu dan lebih fleksibel dan yang paling penting lebih lengkap dibandingkan dengan toko sekitarnya.
 - c. Toko Harno Surya di Kartasura sebaiknya membuat promosi yang dapat dilihat atau yang menarik perhatian pelanggan tanpa harus masuk terlebih dahulu ke dalam toko. Hal ini bertujuan agar promosi yang diadakan lebih tersampaikan secara luas dimana dibuat dari luar pun pelanggan dapat mengetahui jika toko sedang mengadakan promosi seperti membuat update promosi berbentuk poster di depan toko, pada akhirnya calon customer baru masuk dan bertransaksi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian lanjutan dengan menambah variabel lain seperti suasana toko, kenyamanan, kualitas produk dan fasilitas.

3. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa adanya beberapa keterbatasan saat proses penelitian ini yang cukup menyita waktu, adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel harga, lokasi dan promosi sedangkan masih terdapat berbagai faktor lain yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian, sehingga ke depan masih bisa menambah variabel bebas lainnya misalnya kualitas pelayanan, fasilitas dan suasana toko,
2. Penelitian ini hanya dilakukan di toko Harno Surya sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan di tempat lain.