

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada responden yaitu *member* di Indogrosir Bandung gambaran mengenai *discount*, *bonus pack*, dan keputusan pembelian serta pengaruh *discount* dan *bonus pack* terhadap keputusan pembelian di Indogrosir Bandung, terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran umum tentang *discount* menurut *member* di Indogrosir Bandung menunjukkan kinerja pada interval yang sangat tinggi. Selanjutnya diketahui pada variabel *discount* tersebut mempunyai penilaian atau skor yang sangat tinggi yaitu pada indikator mendorong pembelian dalam jumlah besar, yaitu tentang harga yang murah dan harga yang lebih rendah dari harga normal. Sedangkan indikator yang mempunyai penilaian rendah oleh responden adalah mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek. Karena setelah dilakukan kuesioner pertanyaan terbuka terhadap responden mengenai indikator tersebut bahwa memang Indogrosir Bandung kurang meyakinkan pembeli untuk berbelanja dengan waktu yang singkat.
2. Gambaran umum tentang *bonus pack* menurut *member* di Indogrosir Bandung menunjukkan kinerja pada interval yang sangat tinggi. Selanjutnya diketahui pada variabel *bonus pack* tersebut mempunyai penilaian atau skor yang sangat tinggi yaitu pada indikator strategi bertahan terhadap promosi produk baru dari pesaing, yaitu tentang ketepatan belanja di Indogrosir Bandung dengan adanya *bonus pack*. Sedangkan indikator yang mempunyai penilaian rendah oleh responden adalah menghasilkan pesanan penjualan yang lebih besar. Karena setelah dilakukan kuesioner pertanyaan terbuka terhadap responden mengenai indikator tersebut bahwa memang Indogrosir Bandung dengan adanya

bonus *pack* masih wajar menanggapinya karena di grosir lain sering menemukan bonus *pack*.

3. Gambaran umum tentang keputusan pembelian dari *member* di Indogrosir Bandung menunjukkan kinerja pada interval yang sangat tinggi. Selanjutnya diketahui pada variabel keputusan pembelian tersebut mempunyai penilaian atau skor yang sangat tinggi yaitu pada indikator pemilihan saluran pembelian, yaitu tentang kepercayaan lokasi, harga, kelengkapan, kenyamanan, dan luas tempatnya. Sedangkan indikator yang mempunyai penilaian rendah oleh responden adalah peentuan waktu pembelian. Karena setelah dilakukan kuesioner pertanyaan terbuka terhadap responden mengenai indikator tersebut, bahwa Indogrosir Bandung dengan adanya kebutuhan pelanggan dan promo yang tidak bisa dipastikan kapan akan keluar bagi konsumen membuat konsumen masih membataskan waktu untuk belanja karena kebutuhan.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti tersebut, maka dapat diketahui bahwa *discount* tidak berpengaruh penting terhadap keputusan pembelian di Indogrosir Bandung karena nilai t hitung lebih rendah dari t tabel. Sedangkan bonus *pack* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Indogrosir Bandung dengan hasil nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Sedangkan uji f hasil yang didapatkan bahwa *discount* dan bonus *pack* secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Indogrosir Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang *discount* dan bonus *pack* terhadap keputusan pembelian di Indogrosir. Peneliti memberikan saran terhadap perusahaan dan penelitian selanjutnya yaitu:

1. Saran bagi perusahaan yaitu peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, perusahaan dapat mempelajari dan menerapkan setiap indikator yang telah diteliti oleh peneliti bahkan peneliti berharap pihak Indogrosir Bandung turut menciptakan inovasi terkait kegiatan pemasaran promosi

penjualan di Indogrosir Bandung. Sehingga bisa menghasilkan member-member baru khususnya pedagang kecil yang menjadi konsumen baru untuk menambah keuntungan perusahaan atau keputusan pembelian.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu agar peneliti selanjutnya lebih giat mencari fenomena terkait *discount* dan bonus *pack* karena saat ini penelitian terhadap variabel tersebut masih kurang untuk diteliti.

