

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab-bab sebelumnya telah dikemukakan tentang temuan-temuan penelitian dan hasil pengujian hipotesis melalui analisis statistik. Dalam bab ini akan membahas kesimpulan-kesimpulan yang diambil dan saran-saran yang bermanfaat dari penelitian tentang pengaruh persepsi konsumen pada kebijakan harga, persepsi konsumen pada kebijakan produk, persepsi konsumen pada kebijakan distribusi, dan persepsi konsumen pada kebijakan promosi terhadap keputusan pembelian Roti Aflah.

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

- 5.1.1. Persepsi konsumen pada kebijakan bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Aflah
- 5.1.2. Persepsi konsumen pada kebijakan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Aflah
- 5.1.3. Persepsi konsumen pada kebijakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Aflah
- 5.1.4. Persepsi konsumen pada kebijakan distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Aflah.
- 5.1.5. Persepsi konsumen pada kebijakan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Aflah.

5.2. Saran

Karena persepsi konsumen pada kebijakan bauran pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian roti aflag maka hendaknya perusahaan memperhatikan kebijakan bauran pemasaran yang meliputi kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan distribusi dan kebijakan promosi.