

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi di Toko Rizka terbatas pada spanduk, plang nama, dan potongan harga, serta penawaran barang gratis tergantung ketersediaan dari distributor.
2. Konsumen Toko Rizka berasal dari berbagai kalangan, dan minat belanja terpengaruh oleh persaingan dengan minimarket yang menawarkan fasilitas tambahan seperti ruangan ber-AC.
3. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Rizka, dengan setiap penambahan satu unit promosi meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,689.

B. Saran

1. Untuk menarik minat konsumen, Toko Rizka sebaiknya membuat promosi seperti program keanggotaan yang memberikan diskon khusus kepada anggotanya.
2. Supaya konsumen merasa lebih nyaman saat berbelanja, Toko Rizka dapat meningkatkan kenyamanan berbelanja dengan memperbaiki pencahayaan, menambahkan kipas angin, atau memasang AC.
3. Untuk memberikan informasi mengenai harga dan promo Toko Rizka sebaiknya menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook,

sehingga dapat menambah jumlah konsumen yang berkunjung untuk berbelanja.