

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya serta hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Prioritas Grop Cabang Sei Pakning dalam memasarkan produk perabotan rumah tangganya sudah cukup baik, dengan menggunakan alat- alat promosi yang meliputi *Advertising* (Periklanan : brosur, poster & radio), *Personal Selling* (Penjualan Pribadi : keramahan & kesopanan, kejelasan & informatif, mendengarkan, memahami, mengerti kebutuhan konsumen), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan : hadiah & diskon), *Public Relation* (Hubungan Masyarakat : *sponsorship* & pameran) dan *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung : pesan elektronik / sms, telepon & kunjungan) dimana dari keseluruhan alat promosi ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen, hanya saja dalam menggunakan bauran promosi ini PT.

Prioritas Grup Cabang Sei Pakning belum terlalu intensif dalam mempromosikan produknya, ini dapat dilihat dari hasil penjualan perabotan rumah tangga PT. Prioritas Grup Cabang Sei Pakning yang cenderung menurun.

2. Bauran atau alat – alat promosi yang digunakan oleh PT. Prioritas Grup Cabang Sei Pakning yang meliputi *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan pribadi), *sales promotion* (promosi penjualan), *public relation* (hubungan masyarakat) dan *direct marketing* (pemasaran langsung) terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Prioritas Grup Cabang Sei Pakning, ini dapat dilihat dari hasil regresi berganda dimana angka koefisien regresi seluruh variabel menunjukkan adanya hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian serta dari hasil nilai Uji t, dimana secara parsial, setiap variabel menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel *personal selling* (X_2) kemudian diikuti variabel *public relation* (X_4) kemudian diikuti variabel *sales promotion*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



(X_3), kemudian diikuti variabel *direct marketing* (X_5) dan terakhir diikuti oleh variabel *advertising* (X_1).

3. Berdasarkan paparan sebelumnya mengenai pandangan islam tentang promosi, maka dapat diambil kesimpulan bahwa PT. Prioritas Grup Cabang Sei Pakning belum melakukan promosi sesuai dengan syari'ah islam sebab dalam mempromosikan produknya PT. Prioritas Grop Cabang Sei Pakning masih melakukan beberapa kebohongan dalam mempromosikan barangnya secara berlebih – lebih tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.

B. Saran

Guna melengkapi hasil penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Hendaknya PT. Prioritas Grop Cabang Sei Pakning mampu mempertahankan promosi yang telah dijalankan selama ini agar kedepannya perusahaan tetap berkembang dan tidak kalah saing dengan perusahaan yang menawarkan produk yang sejenis.
2. Dari kesimpulan sebelumnya diketahui bahwa variabel yang paling kecil pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah variabel *advertising* (periklanan). Untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



itu sebaiknya PT. Prioritas Grop Cabang Sei Pakning lebih meningkatkan dan juga lebih memperhatikan kegiatan dalam menjalankan promosinya di bidang periklanan (*advertising*), karena efek dari iklan yang disebar oleh suatu perusahaan sangat memberikan pengaruh yang besar bagi profit perusahaan.

3. Handaknya PT. Prioritas Grop Cabang Sei Pakning lebih meningkatkan lagi Pelaksanaan promosi dalam islamnya, yaitu harus jujur dan tidak menyembunyikan cacat dalam mempromosikan produknya. Karena setiap aktifitas kita pasti diawasi oleh Allah SAW dan malaikat-Nya. Dan amalan-amalan yang baik buruk itu akan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

