**SIMPULAN DAN SARAN**

1. **Simpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengujian data mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pengharum ruangan di wilayah Harapan Indah, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas produk terbukti berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian produk pengharum ruangan di area penjualan Harapan Indah, Bekasi Utara. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah dan Tiarawati; dan Yazia.
2. Variabel harga terbukti berpengaruh negatif terhadap variabel keputusan pembelian produk pengharum ruangan di area penjualan Harapan Indah, Bekasi Utara. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yazia menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel promosi terbukti berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian produk pengharum ruangan di area penjualan Harapan Indah, Bekasi Utara. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sandy, Arifin dan Yaningwati; Lontoh; Achidah, Warso dan Hasiolan.
4. Variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pembelian produk pengharum ruangan di area penjualan Harapan Indah, Bekasi Utara.
5. **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran bagi perusahaan, institusi dan peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk, harga dan promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

1. Bagi Perusahaan
2. Perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang dijual karena berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sangat besar. Penurunan kualitas produk tentunya akan mengecewakan konsumen dan pelanggan produk tersebut dapat berpaling menggunakan produk pesaing. Perusahaan sebaiknya menerapkan konsep yang disebut manajemen kualitas total agar kualitas produk selalu terjamin dan tidak mengecewakan konsumen.
3. Perusahaan sebaiknya menentukan harga dengan bijak sehingga tidak merugikan perusahaan tetapi juga tidak membuat pembeli produk pengharum ruangan berpaling membeli produk pesaing. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pengharum ruangan cukup besar sehingga bila keliru dalam menentukan harga maka kemungkinan konsumen akan berpaling dan membeli produk pesaing.
4. Perusahaan perlu memperhatikan kegiatan promosi yang telah dilakukan apakah efektif dan telah sesuai dengan harapan perusahaan atau perlu dilakukan perubahan. Promosi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian sehingga kegiatan promosi yang dilakukan harus mampu mencapai pasar yang ingin dituju oleh perusahaan, misalnya produk dipromosikan melalui media elektronik, media cetak dan media sosial. Saat ini media sosial semakin berkembang bahkan mayoritas penduduk Indonesia memiliki akun pada media sosial sehingga perlu dilakukan promosi dan pemasangan iklan di media sosial.
5. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bacaan untuk menambahkan wawasan dan contoh skripsi khususnya mengenai bauran pemasaran yang berfokus pada variabel kualitas produk, harga dan promosi.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian terhadap variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, misalkan pendistribusian produk, pelayanan perusahaan pasca pembelian, dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian produk.