



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengolahan analisis data yang diperoleh, peneliti dapat merumuskan beberapa kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Promosi penjualan* “Indomie” Dalam Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Dalam Pekan Raya Jakarta Tahun 2015” ini. Berikut ini adalah kesimpulan yang dapat penulis sampaikan :

- a) Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *brand image* Indomie dapat mempengaruhi keputusan pembelian pengunjung dalam Pekan Raya Jakarta tahun 2015. Keunikan yang ada di benak konsumen terhadap produk Indomie mampu menciptakan daya tarik dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Banyak keunikan Indomie yang mempengaruhi pembelian konsumen dan hal tersebut berbeda pada setiap konsumen.
- b) Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan Indomie dapat mempengaruhi keputusan pembelian pengunjung dalam Pekan Raya Jakarta tahun 2015. Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan yang dilakukan Indomie pada Pekan Raya Jakarta 2015 adalah adanya permainan berhadiah Lucky Ball dengan hadiah yang ditawarkan adalah kipas angin / DVD, payung, kaos, jam dinding, boneka, dompet, gantungan kunci, dan produk Indomie. Promosi penjualan

© Hak cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Diundungi 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 dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



lainnya adalah pemberian hadiah langsung berupa *tupperware* setiap pembelian paket produk Indomie.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1) Saran Akademis

Saran dari peneliti diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian tentang *brand image*, promosi penjualan dan keputusan pembelian, tetapi dalam konteks yang berbeda. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa dapat menggali serta mengembangkan konsep-konsep tentang *brand image*, promosi penjualan dan keputusan pembelian yang belum dilakukan oleh peneliti. Juga dapat meneliti untuk menemukan penyebab rendahnya pengaruh *brand image* Indomie terhadap keputusan pembelian, padahal Indomie telah menjadi pemimpin pasar mie instan di Indonesia, agar dapat disesuaikan dengan perkembangan industri perdagangan saat ini.

Peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa juga dapat memilih *event* dan subjek penelitian yang lain. Dengan mempersiapkan konsep penelitian yang lebih matang dan mendalam guna mempersiapkan hal-hal yang mungkin terjadi selama penelitian berlangsung.

2) Saran Praktis

Indomie sebagai *market leader* mie instan di Indonesia dalam penelitian ini berhasil membuktikan bahwa *brand image*-nya mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian pengunjung Pekan Raya Jakarta 2015. Namun persentase hasil yang



didapat tidak terlalu tinggi, hal ini mungkin dikarenakan persaingan penjualan mie instan di Indonesia sangat sengit. Sangat banyak merek mie instan lain yang bermunculan dan beriklan dengan sangat gencar. Karena itu alangkah baiknya jika Indomie terus berinovasi dalam mengkomunikasikan keunggulan dan nilai yang terdapat dalam produknya.

Promosi penjualan yang dilakukan Indomie pada Pekan Raya Jakarta 2015 memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pengunjung, sehingga semakin menarik hadiah yang ditawarkan dan semakin baik cara *sales promotion girl* atau *sales promotion boy* Indomie dalam mengkomunikasikan promosi yang sedang berlangsung maka akan semakin banyak keputusan pembelian yang akan dilakukan konsumen.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.