**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahan yang ada dapat disimpulkan bahwa:

1. *Bonus pack* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa pemberian bonus berupa produk tambahan dengan harga tetap mampu meningkatkan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian..
2. Kualitas produk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki performa, keandalan, dan daya tahan tinggi.
3. Secara bersama-sama, *bonus pack* dan kualitas produk memberikan kontribusi yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini tercermin dari nilai koefisien determinasi sebesar 65,3%, yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut menjelaskan sebagian besar variasi keputusan pembelian, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

**5.2 Saran**

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. PT. Alamjaya Wirasentosa sebaiknya mempertimbangkan variasi bonus pack yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Misalnya, memberikan potongan harga atau paket promo yang menarik, selain hanya memberikan produk tambahan.
2. Perusahaan perlu meningkatkan aspek performa dan keandalan produk untuk menjaga kepuasan konsumen. Pengendalian kualitas yang lebih ketat dapat memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan ekspektasi pasar.
3. Mengintegrasikan bonus pack dengan kampanye pemasaran yang kreatif dan menarik, seperti melalui media sosial atau iklan, guna memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan efektivitas promosi.
4. Sebaiknya perusahaan terus melakukan inovasi dan pengembangan produk berdasarkan analisis pasar yang menyangkut akan kebutuhan dan keinginan para konsumen. Sehingga produk yang nantinya di produk benar-benar mampu menjawab akan kebutuhan yang diingikan oleh konsumen. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengidentifikasi faktor lain di luar bonus pack dan kualitas produk yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, pelayanan, atau merek, untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif bagi strategi pemasaran perusahaan.