BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengaruh *promotion mix* terhadap keputusan menjadi donatur Dompet Dhuafa Jawa Timur, maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan antara lain:

1. Dari hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya bahwa secara simultan variabel periklanan (X_1), promosi penjualan (X_2), penjualan personal (X_3), humas dan publisitas (X_4) dan pemasaran langsung (X_5) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan donatur (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menyatakan bahwa nilai F_{hitung} 19,465 lebih besar dari F_{tabel} 2,31, dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya semakin baik *promotion mix* yang dilakukan oleh Dompet Dhuafa Jawa Timur maka keputusan menjadi donatur semakin meningkat.
2. Bauran promosi yang terdiri dari periklanan (X_1), promosi penjualan (X_2), penjualan personal (X_3), humas dan publisitas (X_4) dan pemasaran langsung (X_5) memberikan pengaruh sebesar 50,9% terhadap keputusan menjadi donatur Dompet Dhuafa Jawa Timur, sedangkan sisanya sebesar 48,1% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti perlu memberikan saran-saran, antara lain:

1. Bagi Dompet Dhuafa Jawa Timur

   Dompet Dhuafa Jawa Timur harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kegiatan promosinya melalui saluran *promotion mix* (bauran promosi) yang sudah cukup baik dalam mempengaruhi keputusan donatur untuk berdonasi. Sehingga meningkatkan jumlah donatur dan donasi yang dikumpulkan sehingga dapat memberikan manfaat lebih kepada masyarakat yang mebutuhkan dalam memberdayakan dan membantu berbagai masalah mereka.

2. Bagi peneliti selanjutnya:

   a. Dapat digunakan sebagai salah satu pedoman dalam melakukan penelitian berikutnya terutama dibidang pemasaran khususnya kajian tentang promosi.

   b. Peneliti berharap adanya kelanjutan kajian yang lebih mendalam secara fenomena lapangan yang dapat disesuaikan dengan teori *promotion mix* terhadap keputusan menjadi donatur Dompet Dhuafa Jawa Timur serta pengambilan sampel yang lebih representatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id