



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Efektivitas iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin efektif iklannya semakin tinggi juga keputusan pembeliannya.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik kualitas produk yang ditawarkan semakin tinggi juga keputusan pembeliannya.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh beberapa pertimbangan saran yang dapat diberikan.

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
  - a. Dalam penelitian menunjukkan hasil bahwa efektivitas iklan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu saran yang dapat diberikan adalah sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan segala bentuk iklan yang akan dilakukan sebagai salah satu bentuk media promosi untuk menarik konsumen, dengan terus melakukan perencanaan desain iklan sehingga iklan memiliki tampilan yang menarik, pemberian visual yang sesuai, mudah diingat dan tidak membosankan oleh konsumen. Perusahaan juga dapat menambah anggaran dana yang terencana untuk memperbanyak iklan dan promosi sehingga penyampaian informasi tentang Scarlett dapat lebih meluas dan

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 IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mempermudah masyarakat untuk memperoleh informasi produk yang berhubungan dengan Scarlett. Karena iklan yang dinilai menarik perhatian konsumen akan dapat meningkatkan keputusan pembelian 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 Gie**

b. Dalam penelitian menunjukkan hasil bahwa kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu saran yang dapat diberikan adalah sebaiknya perusahaan tetap memperhatikan segala kualitas produk yang akan diproduksi seperti jangka waktu *expired* yang panjang, tekstur yang dibuat tetap ringan dan mudah menyerap untuk memudahkan konsumen dalam menggunakan produk, kandungan yang baik untuk kulit, tekstur yang lembut, hingga aroma yang nyaman saat dihirup oleh konsumen. Untuk mengetahui bentuk produk yang diharapkan oleh pasar, perusahaan perlu secara berkala melakukan riset untuk mengetahui produk yang seperti apa yang dianggap berkualitas oleh konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan standar kualitas yang baik bagi konsumen agar perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor produk serupa. Karena produk yang dirasa memiliki kualitas yang baik akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

a. Dapat dilakukannya teknik pengambilan sampel yang lain yaitu dengan *probability sampling* menggunakan pendekatan *random sampling*. Sehingga hasil responden yang diperoleh data memiliki bias yang paling sedikit dan memberikan generalisasi data yang paling luas karena dilakukan pengambilan sampel secara *random* sehingga dapat sesuai dengan kondisi apapun dan diharapkan penelitian dapat memperoleh hasil yang maksimal.

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 IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- b. Penelitian hanya memfokuskan pada variabel efektivitas iklan dan kualitas produk, namun diketahui terdapat sisa nilai dari koefisien determinasi sebesar 30,4% yang berarti terdapat variabel lain yang memengaruhi variabel terikat di luar penelitian. Untuk itu diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan variabel lain yang sekiranya mampu untuk memengaruhi keputusan pembelian seperti harga, *customer review*, *customer rating*, distribusi, citra merek, *brand awareness*, *celebrity endorser*, dan lain-lain. Penambahan variabel baru perlu untuk dilakukan supaya penelitian yang akan datang dapat menghasilkan sebuah gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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 IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

