

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kelengkapan produk, iklan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk tisu multi. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menggunakan program pengolahan data SPSS 23. 23 *for windows* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif signifikan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4.900, dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ serta koefisien regresi sebesar 0.340 maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa semakin baik kelengkapan produk maka semakin tinggi keputusan pembelian. Pengaruh positif menunjukkan dengan meningkatkan kelengkapan produk dapat meningkatkan keputusan pembelian di Toserba Ailaty Bangsri..
2. Terdapat pengaruh positif signifikan iklan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.445, dengan tingkat signifikansi $0.016 < 0.05$ serta koefisien regresi sebesar 0.170 maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa semakin baik iklan yang diterima maka semakin tinggi keputusan pembelian. Pengaruh positif menunjukkan dengan meningkatkan iklan dapat meningkatkan keputusan pembelian di Toserba Ailaty Bangsri.

3. pengaruh positif signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3.862, dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ serta koefisien regresi sebesar 0.225 maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa semakin baik citra merek maka semakin tinggi keputusan pembelian. Pengaruh positif menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian dapat dilakukan dengan meningkatkan citra merek.

Hasil uji Adjusted R Square menunjukkan angka 0.578. Penelitian ini membuktikan bahwa variabel kelengkapan produk, iklan dan citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 57,8% sedangkan sisanya 42.2% dipengaruhi faktor lain.

5.2. Saran

Adapun saran yang di jadikan penulis untuk perusahaan dan penelitian-penelitian selanjutnya atau di masa yang akan datang agar dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih berkualitas lagi mengenai pengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu dengan adanya beberapa hal diantaranya:

1. Berdasarkan kesimpulan dan hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian, maka dapat diketahui bahwa dalam penelitian variabel yang paling dominan atau berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian adalah variabel kelengkapan produk (X1) dengan nilai B sebesar 0.340. Untuk meningkatkan keputusan pembelian produk tisu multi maka perusahaan disarankan untuk menyediakan berbagai macam kebutuhan konsumen dengan semakin lengkap

produk yang dijual oleh toserba maka konsumen akan semakin tertarik untuk berbelanja di Toserba Ailaty Bangsri.

2. Perusahaan dapat lebih meningkatkan Iklan dikarenakan Iklan yang memberikan edukasi tentang produk ramah lingkungan, menarik konsumen dan dapat diterima konsumen memberikan dampak positif terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan produk tersebut, dalam artian semakin sering produk tersebut dalam menampilkan iklan ramah lingkungan maka semakin yakin konsumen dalam memilih produk tisu multi tersebut.
3. Dari hasil penelitian brand image memiliki pengaruh positif sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk, dapat diandalkan, memiliki banyak kegunaan, serta memiliki harga yang terjangkau maka keputusan untuk membeli produk tersebut semakin tinggi.
4. Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar variabel yang ada dalam penelitian ini, misalnya kualitas produk, harga, serta promosi, didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti yang telah disinggung pada bab landasan teori pada penelitian ini. Dengan demikian hasil yang diharapkan dapat mengungkap lebih banyak permasalahan dan memberikan temuan-temuan penelitian yang lebih berarti dan bermanfaat bagi banyak pihak.