

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis regresi sederhana mengenai “**Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian konsumen produk Minuman Isotonik Pocari Sweat di kota Bandung**”, peneliti dapat mengambil beberapa simpulan sebagai berikut:

- Secara keseluruhan pengaruh Iklan Televisi mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana didapat hasil $Y = 2,925 + 0,275 X$. Pada tabel Model Summary bisa kita lihat bahwa koefisien determinasinya adalah sebesar 0,04 , yang dapat diartikan Iklan Televisi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen, sebesar 4%. Dengan kata lain Keputusan Pembelian konsumen dipengaruhi oleh Iklan Televisi 4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga, promosi, dan sebagainya.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut. Melihat cukup tingginya hubungan antara Iklan Televisi terhadap keputusan pembelian konsumen produk Pocari Sweat di Kota Bandung, maka PTAmerta Indah Otsuka harus memperhatikan

kualitas dari produk minuman isotonik Pocari Sweat seperti kualitas minuman dalam mengganti cairan tubuh dan manfaat lebih di dalam kandungan minuman itu sendiri bagi para konsumennya. Mereka harus bisa mengetahui dengan jelas apa saja yang menjadi kemauan konsumen, mereka harus memenuhi keinginan konsumen, atau bahkan lebih dari yang mereka harapkan. Melalui penelitian ini diketahui bahwa Iklan televisi terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 4% dan sisanya sebesar 96% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Walaupun pengaruhnya tidak terlalu besar namun apabila digabungkan dengan strategi marketing yang baik, harga yang menarik serta mampu menjaga kualitas dan kepuasan konsumen maka bisa saja itu akan membantu perusahaan dalam membuat konsumen setia menggunakan produk Pocari Sweat di kota Bandung.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penambahan jumlah responden dan juga menambahkan variabel-variabel lain dalam meneliti pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat, karena dengan penambahan variabel lain mungkin akan lebih bermanfaat bagi perusahaan dan perkembangan ilmu pengetahuan mendatang.