

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Setelah dilakukan pengujian uji t maka diperoleh hasil bahwa variabel periklanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Setiap peningkatan periklanan sebesar 1 (satu) point, akan meningkatkan keputusan pembelian motor di toko jual beli motor Tulung Selapan. Hasil tersebut dianggap belum optimal mendorong keputusan pembelian dikarenakan masih ada konsumen yang menjawab kurang setuju terhadap pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel periklanan dan keputusan pembelian pada toko jual beli motor Tulung Selapan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, maka peneliti akan memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan untuk dijadikan masukan ataupun bahan pertimbangan yang berguna bagi toko jual beli motor Tulung Selapan.

1. Sebaiknya pihak toko jual beli motor Tulung Selapan meningkatkan periklanan sehingga hal tersebut diharapkan dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap pembelian sepeda motor di toko jual beli motor Tulung Selapan.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan faktor-faktor lain seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lainnya yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian yang belum diteliti dalam penelitian ini.