

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka penulis akan menarik kesimpulan, dari kesimpulan tersebut penulis memberikan saran yang mungkin dapat dijadikan masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengolahan data penelitian yang telah dilakukan maka dalam bab ini penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh pada variabel iklan (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) shampo Pantene pada Mahasiswi D3 Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya. Berdasarkan hasil analisis korelasi diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,785 yang menunjukkan bahwa terjadi korelasi positif yang kuat antara variabel iklan (X) dengan keputusan pembelian (Y). Koefisien korelasi sebesar 0,785 juga memiliki arti bahwa semakin meningkatnya nilai variabel iklan (X) maka nilai keputusan pembelian (Y) juga akan mengalami peningkatan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, pembahasan dan merumuskan kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti akan memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan untuk dijadikan masukan dan bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi Perusahaan *Protect & Gamble*. Melihat pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian yang signifikan, maka peneliti menyarankan agar pihak perusahaan tetap memelihara dan mempertahankan strategi periklanan dan jika memungkinkan dapat meningkatkan kredibilitasnya, khususnya pada pemberian informasi yang jelas mengenai produk shampo Pantene. Adapun hal yang

harus ditingkatkan pada iklan shampo Pantene adalah meningkatkan frekuensi penayangan iklan yang lebih banyak yang bertujuan untuk mengenalkan *Brand Ambassador* yang berumur lebih muda sehingga dapat dikenal baik oleh masyarakat terutama mahasiswi.