

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada di UPI Bandung tentang pengaruh periklanan terhadap proses keputusan pembelian motor Suzuki, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai periklanan dapat ditarik kesimpulan bahwa periklanan berada pada kategori kriterium tinggi. Dengan demikian periklanan yang dilakukan oleh Suzuki sudah baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai proses keputusan pembelian dapat ditarik kesimpulan bahwa proses keputusan pembelian berada pada kategori kriterium tinggi. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa proses keputusan pembelian sudah baik
3. Berdasarkan uji t dengan membandingkan besarnya  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa besarnya  $t_{hitung}$  periklanan lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian “Terdapat pengaruh positif antara periklanan terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Suzuki”. Hasil penelitian ini pun sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rian Bintani (2008) yang mengemukakan adanya pengaruh periklanan terhadap proses keputusan pembelian. Penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Agustinus Edward Gunawan (2011) yang

mengemukakan adanya pengaruh periklanan terhadap proses keputusan pembelian dimana periklanan sangat penting agar proses dapat mencapai pasar sasaran dengan efektif dan efisien.

## 5.2 Saran

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai periklanan, Suzuki diharapkan dapat menerapkan iklan-iklan dengan pesan dan informasi yang lebih baik sehingga meningkatkan kualitas periklanannya menjadi lebih baik lagi.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai proses keputusan pembelian. Untuk itu Suzuki diharapkan mampu meningkatkan periklanan produk mereka menjadi lebih unik dan inovatif. Itu dilakukan untuk memperkecil kemungkinan konsumen tertarik pada merek lain.
3. Untuk dapat meningkatkan proses keputusan pembelian, sebaiknya perusahaan meningkatkan periklanan produk mereka menjadi lebih baik lagi. Apabila periklanan sesuai dengan harapan konsumen, maka proses keputusan pembelian motor Suzuki pun akan meningkat.