

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian dan pengujian analisis regresi yang dilaksanakan mengenai pengaruh program periklanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kawasaki ninja di soekarno hatta Bandung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa program periklanan yang dilakukan kawasaki ninja di soekarno hatta Bandung menurut moch ali berada pada kategori **sebagian besar** yang artinya **bagus** dengan nilai **75,0%**. Hal ini dapat dilihat dari indikator paling tinggi hingga yang terendah. Keberhasilan periklanan motor kawasaki ninja merupakan indikator yang memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar **79,4%**, yang berarti menurut sugiyono dalam pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi artinya kuat atau bagus hal ini menunjukkan bahwa . Keberhasilan periklanan motor kawasaki ninja memberikan pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kawasaki ninja. Sedangkan indikator Ragam iklan pada motor kawasaki ninja memiliki pengaruh paling

rendah yaitu sebesar **71,2%** yang berarti menurut sugiyono dalam pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi artinya kuat terhadap keputusan pembelian konsumen produk kawasaki ninja.

2. Diketahui bahwa keputusan pembelian yang dilakukan konsumen kawasaki ninja di dealer soekarno hatta Bandung menurut moch ali berada pada kategori **sebagian besar** yang artinya **bagus 72,4 %**. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan konsumen kawasaki ninja di dealer soekarno hatta Bandung sudah baik, hal ini dapat dilihat dari indikator paling dominan hingga yang terendah yaitu indikator paling tinggi adalah Ketertarikan konsumen pada merek motor kawasaki ninja dan Kebanggaan memakai produk motor kawasaki ninja sebesar **78,5%** yang berarti menurut sugiyono dalam pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi artinya kuat dan indikator yang paling rendah Kemenarikan design motor kawasaki ninja yaitu sebesar **59,8%** yang berarti menurut sugiyono dalam pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi artinya sedang.
3. Program periklanan yang dilakukan kawasaki ninja berpengaruh **tinggi** atau sebesar **54,6%** terhadap keputusan pembelian.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai periklanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kawasaki

ninja di dealer soekarno hatta bandung yaitu:

1. Kawasaki ninja harus lebih memperhatikan atau memaksimalkan penetapan program periklanan. Dalam periklanan, indikator Ragam iklan pada motor kawasaki ninja indikator terendah dibandingkan indikator lainnya sebesar **71,2%**. Dari pernyataan tersebut seharusnya dealer kawasaki ninja soekarno hatta bandung lebih memperhatikan ragam periklanan pada motor kawasaki ninja, bisa dilihat pada motor kawasaki ninja sangat minim dalam mengiklankan produknya, seharusnya motor kawasaki ninja lebih meragamkan dalam periklanannya seperti memaksimalkan dalam bentuk audio dan audio visual tidak hanya dalam bentuk *paper*. sehingga Ragam iklan pada motor kawasaki ninja dapat lebih mempengaruhi konsumen yang berujung pada keputusan pembelian.
2. Hendaknya perusahaan harus lebih memaksimalkan pemilihan produk pada kawasaki ninja. Dalam indikator keputusan pembelian, Indikator keputusan pembelian produk berdasarkan Kemenarikan design motor kawasaki ninja berada pada kategori terendah sebesar **59,8%**. yang berarti menurut sugiyono dalam pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi artinya sedang Rendahnya indikator keputusan pembelian produk berdasarkan Kemenarikan design motor kawasaki ninja pada variabel keputusan pembelian, perlu mendapat perhatian lebih dari perusahaan, sehingga konsumen mau melakukan keputusan pembelian, terutama yang berkaitan dengan indikator keputusan pembelian

Kemenarikan design motor kawasaki ninja yang tak terduga. Menurut Kotler dan Keller pemilihan produk berarti “Konsumen harus memutuskan produk mana yang akan dibeli. Setiap konsumen memiliki keinginan untuk membeli beragam macam produk. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui produk apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen”. Bisa diambil kesimpulan dari kutipan tersebut, kawasaki ninja harus mengupayakan terhadap Kemenarikan design motor kawasaki ninja, khususnya untuk konsumen yang melakukan pembelian berdasarkan Kemenarikan design motor kawasaki ninja.