

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian yang dirangkum secara menyeluruh dan juga pemberian saran kepada produsen pasta gigi Pepsodent maupun kepada peneliti yang akan datang.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis pengaruh kualitas produk, harga dan efektivitas iklan versi Ayah Adi dan Dika terhadap keputusan pembelian Pepsodent yang disebarakan kepada 100 responden. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas produk dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dari produk pasta gigi Pepsodent ini telah diakui dan dikenal masyarakat luas karena merupakan produk toiletris yang diminati banyak keluarga.
2. Pada variabel harga dapat ditarik kesimpulan bahwa memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merespon harga yang terjangkau dan juga harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan membuat konsumen lebih memilih pasta gigi Pepsodent dibandingkan dengan pasta gigi pesaing sejenisnya.

3. Pada variabel efektivitas iklan dapat ditarik kesimpulan bahwa memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merespon dengan baik maksud dari penyampaian pesan dari iklan pasta gigi Pepsodent ini sehingga dapat diterima dan ditanggapi dengan baik oleh masyarakat luas.
4. Pada variabel keputusan pembelian masyarakat yang menggunakan pasta gigi Pepsodent ini memutuskan untuk melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan mereka dimana sebelum melakukan pembelian mereka mencari informasi hingga mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada produsen produk pasta gigi Pepsodent sebagai berikut:

1. Untuk penelitian yang akan datang variabelnya diperbanyak sehingga dapat dilihat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang.
2. Untuk produsen sebaiknya lebih memunculkan inovasi-inovasi baru dalam mengusahakan para konsumennya untuk lebih menyukai pasta gigi Pepsodent ini agar dapat tetap menjadi pasta gigi nomor satu dibandingkan pasta gigi lainnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti mengakui masih terdapat kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini, maka daripada itu untuk penelitian yang lebih lanjut mungkin menggunakan ukuran efektivitas iklan yang lebih tepat dan juga tabel operasional variabel yang kurang tepat serta penjabaran variabel yang kurang tepat.