

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang pengaruh produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian *United Bike* di Palembang yang disebarakan kepada 100 responden. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel Produk menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian karena tanggapan konsumen akan lebih memperhatikan apakah produk *United Bike* ini memiliki kualitas yang baik atau buruk.
2. Pada variabel Harga menunjukkan adanya pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, karena walaupun harganya relatif tinggi konsumen tetap memilih produk *United Bike* dan akan tetap melakukan pembelian ulang.
3. Pada variabel iklan menunjukkan bahwa tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dikarenakan taraf signifikansi tidak mendekati taraf standard yang sudah ditetapkan. Oleh karena itu, hal ini menimbulkan konsumen kurang tertarik mengenai iklan *United Bike* yang ditampilkan dalam melakukan pembelian.

## **B. Saran**

Bedasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada produsen, perusahaan yang menjadi objek penelitian yaitu *United Bike*, peneliti berikutnya dan pembaca skripsi ini sebagai berikut :

1. Diharapkan produsen lebih fokus ke dalam iklan dalam mempromosikan produk *United Bike* nya, karena dari yang saya dapat variabel iklan ini cenderung tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kebanyakan konsumen lebih mengarah ke produk langsung maupun harga dalam pembelian produk *United Bike* ini. Perusahaan juga harus membuat iklan yang se bagus mungkin, unik, serta memiliki variasinya karena kebanyakan konsumen jaman sekarang lebih suka melihat iklan yang unik ketimbang iklan yang mempromosikan produk secara sederhana saja agar dapat meningkatkan keputusan dalam pembelian produk *United Bike*.
2. Dalam pengujian ketiga variabel penelitian yang terdiri dari Produk, Harga, dan iklan ternyata memiliki pengaruh yang kecil terhadap keputusan pembelian, meskipun adanya pengaruh yang sedikit diharapkan kedepan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain di luar model misalnya kualitas layanan, lokasi, saluran distribusi dan lainnya sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.