

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, iklan dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Supermi di kecamatan Batam kota. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian produk Supermi di kecamatan Batam kota.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,182 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 (lebih kecil dari nilai α 0,05) dan nilai t hitung sebesar 2,796 (lebih besar dari nilai t tabel 1,98472).

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan iklan terhadap keputusan pembelian produk Supermi di kecamatan Batam kota.

Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,277 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 (lebih kecil dari nilai α 0,05) dan nilai t hitung sebesar 3,419 (lebih besar dari nilai t tabel 1,98472).

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Supermi di kecamatan Batam kota.

Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,144 dengan nilai signifikansi sebesar 0,015 (lebih kecil dari nilai α 0,05) dan nilai t hitung sebesar 2,488 (lebih besar dari nilai t tabel 1,98472).

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersamaan antara harga, iklan dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Supermi di kecamatan Batam kota.

Harga, iklan dan *brand image* secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari nilai α 0,05) dan nilai F hitung sebesar 36,142 (lebih besar dari nilai F tabel 2,70).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Karena dalam penelitian ini menggunakan variabel harga, iklan dan *brand image*, maka diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
2. Pihak perusahaan perlu mempertahankan harga yang stabil dan menjaga atau meningkatkan *brand image* yang tertanam di benak konsumen sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan strategi beriklan agar mampu terus menarik perhatian konsumen.

3. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat analisis lain yang berbeda dengan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini serta memperbanyak jumlah responden.