

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Iklan Media Sosial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian AC pada PT Jayaguna Teknik Perkasa.
2. Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian AC pada PT Jayaguna Teknik Perkasa.
3. Informasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian AC pada PT Jayaguna Teknik Perkasa.
4. Iklan Media Sosial, Citra Merek dan Informasi Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian AC pada PT Jayaguna Teknik Perkasa.

5.2 Saran

Berdasarkan dari Kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran dari peneliti diantaranya:

1. Penelitian ini dapat menjadi rujukan oleh peneliti berikutnya untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan melakukan penambahan faktor dan variabel tambahan yang memiliki kaitan dengan Keputusan Pembelian.

2. Hasil penelitian ini memiliki tujuan untuk membantu menambah ilmu pengetahuan manajemen pemasaran terkait iklan media sosial, citra merek dan informasi produk