

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dilihat dari uji T, variabel Iklan memiliki iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung Thitung $T_{hitung} > T_{tabel} = 4,368 > 1,660$. Iklan memiliki pengaruh yang lemah terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung yaitu sebesar 16,3% dan sisanya 83,7% dipengaruhi oleh variabel lain, iklan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti keputusan pembelian konsumen akan meningkat apabila iklan Samsung harus lebih kreatif dan lebih menampilkan tema yang unik.
2. Dilihat dari uji T, variabel desain produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung Thitung $T_{hitung} > T_{tabel} = 13,868 > 1,660$. Desain produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 66,2 % dan sisanya 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain, desain memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian *smartphone*

Samsung yang berarti keputusan pembelian Samsung akan meningkat apabila desain berjalan dengan baik.

3. Dilihat dari uji F, variabel iklan dan desain produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. $F_{hitung} > F_{tabel}$ $112,732 > 3,09$. Iklan dan desain produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung yaitu sebesar 69,9% dan sisanya 31,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Iklan dan desain produk memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti keputusan pembelian konsumen akan meningkat apabila iklan dan desain produk berjalan dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data di atas, maka yang dapat penulis sarankan untuk Samsung adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui media iklan di televisi yang masih lemah sebaiknya perusahaan lebih memikirkan tema dan alur cerita yang menarik dan lebih memilih artis yang populer sebagai *endorser* yang mampu meng-*influence* agar tingkat keputusan pembelian semakin meningkat, sehingga konsumen akan lebih tertarik dengan produk *smartphone* Samsung jika iklannya sudah membuat konsumen tertarik untuk melihatnya.
2. Desain produk memiliki pengaruh yang kuat dalam keputusan pembelian hendaknya Samsung terus mempertahankan dan

mengembangkan desainnya dan memperbaiki desainnya seperti menambahkan warna yang lebih banyak dan perbaikan tampilan agar menarik sehingga keunggulan Samsung membuat konsumen akan lebih tertarik dengan produk Samsung jika tampil beda dengan para pesaingnya.

3. Untuk menerapkan kinerja iklan dan desain produk dalam meningkatkan keputusan pembelian, Samsung seharusnya lebih memperhatikan kinerja iklan dan desain produknya. Dalam hal ini Samsung seharusnya lebih meningkatkan kinerja iklan dengan cara memilih seorang *public figure* sebagai *brand ambassador* yang sedang terkenal dan memiliki reputasi yang baik, yang kemudian didukung oleh tema yang menarik yang mudah diingat oleh konsumen dengan meningkatkan teknik visualisasi video yang menarik.

Untuk kedepannya Samsung harus lebih memperhatikan desain produk yang akan Samsung keluarkan dengan cara mengikuti perkembangan jaman (update). Dalam hal desain produk Samsung harus lebih memperhatikan fungsi yang sesuai dengan keinginan konsumen, untuk daya tarik dalam desain produk Samsung lebih mengutamakan bentuk dan memberikan banyak pilihan warna sehingga mendapatkan estetika yang baik dibenak konsumen sebelum memutuskan untuk membeli *smartphone*.

