

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan pembahasan dan analisis, maka selanjutnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1 Pada penelitian ini dilakukan di Desa Mangunjaya Kecamatan Tambun Selatan. Jumlah responden pada peneliti ini ada 100 responden yang pernah melihat iklan Ades dan berdomisili di Desa Mangunjaya.
- 2 Teknik penarikan sampel nonprobabilita yang digunakan dalam penelitian ini, karena peneliti tidak memiliki kerangka sampel yang memadai. Dan jenis sampling yang digunakan ialah *Purposive Sampling*, karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik *Purposive Sampling* dengan menetapkan adalah beberapa pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi sampel-sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.
- 3 Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian *survey*. Karena menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data dari sejumlah responden. Cara sebar kuesioner menggunakan *google form*.
- 4 Jumlah pernyataan yang ada di kuesioner untuk variabel X ada 13 pernyataan dan jumlah pernyataan variabel Y ada 16 pernyataan yang sudah di uji validasi. Dan hasil dari semua pernyataan setelah di program SPSS Stastistik Versi 24 hasilnya *Valid*.
- 5 Hasil Uji Hipotesis yang pertama dari *correlations* adalah peneliti menyimpulkan bahwa korelasi antara Pengaruh Iklan Ades sebesar 0,816. Setelah diketahui koefisien korelasi, maka hasil analisis tersebut dapat dilihat bahwa Pengaruh Iklan Ades (Variabel X) memiliki pengaruh atau hubungan yang sangat kuat, yaitu berada di interval 0,80 – 1000 terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Y).
- 6 Hasil uji hipotesis yang kedua dari *Model Summary*, dapat diketahui korelasi/hubungan R yaitu sebesar 0,808. Dari *output* statistik tersebut diperoleh *koefisien determinasi (R Square)* sebesar 0,667. Nilai *R Square* 0,652 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi (R) yaitu $0,808 \times 0,808 = 0,657$. Besarnya angka koefisien determinasi

(*R Square*) adalah 0,652 atau sama dengan 65,2%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Iklan Ades (X) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 65,2%. Sedangkan sisanya (100% - 65,2% = 34,8%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak teliti.

- 7) Jadi kesimpulan dari hasil akhir dari uji hipotesis ialah dari *output* di atas menggunakan program SPSS Stastistik Versi 24. dapat diketahui t hitung adalah 13,562 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini ialah Pengaruh Iklan Ades (Variabel X) berpengaruh sangat kuat terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Y) dengan nilai 0,808 berada di interval 0,80 – 1000.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk Ades dalam menentukan kebijakan strategi yang berkaitan dengan Iklan, dan Keputusan Pembelian dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut :

1. Bagi Instansi
 - a) Melihat hasil dari data kusioner penulis, responden yang menjawab pernyataan tentang tertarik untuk membeli Ades saat iklan air mineral ades di youtube menjelaskan mengenai program barunya dengan jawaban setuju sebesar 64 responden sedangkan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 responden, masih ada responden yang belum mengetahui iklan Ades. Meskipun begitu iklan pada situs youtube dengan gaya hidup di era yang serba digital mampu mengenalkan iklan Ades dan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk.
 - b) Untuk manfaat mengenai produk Ades dalam hasil kusioner merupakan skor yang terendah, menurut saran penulis, seharusnya PT. Coca Cola Amatil yang memproduksi Ades jangan hanya menghakimi botol plastik menjadi sebuah hal yang sangat mencemarkan lingkungan. Karena, masih banyak sesuatu hal yang dapat mencemarkan lingkungan seperti limbah konveksi dan limbah pabrik. Ada baiknya Ades mengkampanyekan untuk tidak membuang sampah sembarangan tidak hanya sampah plastik. Demi terjaga nya kebersihan lingkungan.
2. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini masih banyak memiliki kekurangan. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel bebas lainnya yang dapat memberikan pengaruh pada keputusan pembelian sehingga mampu menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

