

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Bab ini juga berisikan keterbatasan penelitian dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan merangkum, membahas dan mengetahui hubungan antara variabel kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang didapatkan hasil bahwa:

1. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pengguna Helm merk GM di Kota Padang merasa bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk Helm merk GM.
2. Sedangkan variabel iklan secara parsial berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pengguna Helm merk GM tidak mempertimbangkan faktor iklan dalam pengambilan keputusan. Hal ini bisa disebabkan oleh adanya peraturan pemerintah tentang kewajiban kelengkapan dalam berkendara sehingga konsumen tidak mempertimbangkan faktor iklan dalam keputusan pembelian produk Helm merk GM.

3. Dan yang terakhir yaitu variabel kualitas produk dan iklan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini dapat diimplikasikan untuk akademisi maupun praktisi untuk pengembangan bisnis.

a. Bagi Akademisi

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya perilaku konsumen. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang. Sedangkan iklan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang. Kemudian kualitas produk dan iklan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang.

b. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan saran yang bermanfaat bagi para pengusaha dalam upaya untuk meningkatkan dan pengembangan bisnis Helm merk GM agar jumlah pembelian dapat terus naik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 5 indikator dari variabel kualitas produk yaitu kinerja, keandalan, fungsi produk, fitur, dan ketahanan. Dan pada variabel iklan hanya menggunakan 7 indikator yaitu perhatian, membujuk, minat, keinginan, rasa percaya, aksi, dan publik figur. Masih ada indikator lain dari variabel kualitas produk dan iklan yang bisa digunakan untuk penelitian selanjutnya.
2. Ruang lingkup penelitian terbatas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.

5.4 Saran

Adapun saran yang akan berguna bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. DanaPersadaRaya Motor Industri

Pada kualitas produk, keandalan dan ketahanan produk Helm merk GM sebaiknya ditingkatkan lagi agar konsumen dapat merasakan kualitas dari Helm merk GM baik sehingga akan menarik konsumen lebih banyak lagi untuk membeli produk. Sedangkan faktor iklan kurang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dikarenakan adanya peraturan pemerintah mengenai kelengkapan dalam berkendara

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian Helm merk GM yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: pengaruh harga, pelayanan, *brand equity*, *words-of-mouth*, *customer emotion* dan lain-lain.