

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada BAB IV mengenai pengaruh *advertising creativity* dan *quality assurance* terhadap keputusan pembelian produk motor Honda Vario Techno pada PT.Asia Surya Perkasa Pangkalpinang maka kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif *advertising creativity*, *quality assurance* dan keputusan pembelian tinggi dan untuk *Advertising Creativity* dengan skor rata-rata sebesar 3,75, *quality assurance* dengan skor rata-rata sebesar 3,71, dan keputusan pembelian dengan skor rata-rata 3,81 termasuk kategori klasifikasi penilaian tinggi. karena hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti kepada responden diperoleh nilai rata-rata yang cukup baik hal ini disebabkan karena responden menganggap *advertising creativity*, *quality assurance* dan keputusan pembelian produk motor Honda Vario Techno pada PT.Asia Surya Perkasa Pangkalpinang sudah cukup baik. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.
2. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *advertising creativity* terhadap keputusan pembelian produk motor Honda Vario Techno pada PT.Asia Surya Perkasa dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,970 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,975 yang berarti bahwa *Advertising Creativity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk motor Honda Vario Techno pada PT.Asia Surya Perkasa Pangkalpinang

3. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *quality assurance* terhadap keputusan pembelian produk motor Honda Vario Techno pada PT.Asia Surya Perkasa dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,530 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,975 yang berarti bahwa *Quality Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk motor Honda Vario Techno pada PT.Asia Surya Perkasa Pangkalpinang
4. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang secara simultan antara *advertising creativity*, *quality assurance* dan keputusan pembelian motor Honda Vario Techno pada PT.Asia Surya Perkasa Pangkalpinang. Hasil hitung nilai F_{hitung} sebesar 81,310 dan nilai F_{tabel} 3,05 maka dihasilkan nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil perhitungan penelitian bahwa *Advertising Creativity* dan *quality assurance* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk motor Honda Vario Techno pada PT.Asia Surya Perkasa Pangkalpinang.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dibuat berdasarkan hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang peneliti berikan sebagai sarana yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain sebagai berikut :

1. Saran Untuk Penelitian Lanjutan

Bagi peneliti mendatang, hendaknya variabel-variabel yang akan diteliti mudah dipahami dan lebih diperbanyak sehingga kemampuan dalam mengukurnya dapat menjadi lebih baik

2. Saran yang ditujukan untuk PT.Asia Surya Perkasa Pangkalpinang

- a. Berharap untuk iklan Honda Vario Techno PT.Asia Surya Perkasa yang akan datang lebih meningkatkan kreatifitas dalam iklan produk sehingga iklan tersebut dapat diterima dengan baik di masyarakat supaya penjualan produk juga lebih meningkat, terutama pada iklan Honda Vario Techno agar dapat menjelaskan kelebihan produk yang tidak dimiliki produk pesaing sehingga konsumen tertarik dalam mengambil keputusan pembelian dan menampilkan ciri khas Vario Techno sehingga selalu diingat konsumen dengan produk tersebut seperti dengan menampilkan kata-kata khas dari Honda Vario Techno dengan contoh “Honda Vario Techno Selalu kek Bangka” sehingga ada ciri khas Iklan Honda Vario Techno dengan bahasa daerah sendiri.
- b. Diharapkan iklan di brosur lebih menjelaskan spesifikasi, keunggulan motor Honda Vario Techno sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga dapat memberikan kejelasan kepada konsumen tentang keuntungan berbelanja di PT.Asia Surya Perkasa
- c. Hendaknya PT.Asia Surya Perkasa lebih memperhatikan kualitas pelayanan dengan menerapkan sistem pelayanan secara handal, tanggap, memberikan jaminan dan memberikan perhatian konsumen secara individu sebagai contoh memberikan service gratis, pelayanan service tepat waktu

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun hal ini memiliki keterbatasan yaitu konsumen yang membeli motor

Honda Vario Techno yang dijadikan sample dalam penelitian ini responden yang ambil berdasarkan data penjualan yang membeli sepeda motor Honda Vario Techno tahun 2016 dengan jumlah sample yang sudah dihitung menggunakan rumus slovin yaitu berjumlah 161 sample. Penelitian selanjutnya objek yang diteliti diharapkan lebih luas agar hasil dari penelitian menjadi lebih baik.

