

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh berupa deskriptif dan kausal. Berikut adalah beberapa kesimpulan:

1. Kegiatan promosi yang diterapkan oleh PT. JNE salah satunya adalah iklan. Saat ini JNE telah melakukan iklan, seperti pemberian brosur kepada pelanggan, spanduk, papan reklame dan lain sebagainya. Tujuan iklan tersebut adalah diharapkan konsumen mengenal, membujuk, mengingat tentang JNE bahwa perusahaan tersebut melayani pengiriman barang baik dalam kota maupun luar kota dan memberikan informasi tentang jenis layanan JNE yang ditawarkan. Sedangkan untuk harga JNE, penetapan harga JNE berdasarkan jenis layanan yang akan digunakan konsumen, dari layanan yang biasa saja sampai dengan jenis layanan super cepat, lalu jarak atau tujuan yang akan dikirim, dan berat barang yang telah ditimbang. Berdasarkan penetapan harga tersebut, konsumen dapat menentukan layanan apa yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhannya.
2. Nilai t hitung pada variabel iklan ( $X_1$ ) adalah sebesar 6.162 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Iklan JNE dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa layanan JNE.

3. Nilai t hitung pada variabel harga ( $X_2$ ) adalah sebesar 3.987 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Iklan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Iklan dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 35.1%. Sedangkan sisanya 64.9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Koefisien dari kedua variabel Iklan dan Harga bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

## 5.2 Saran

Atas dasar hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba memberikan saran. Adapun saran operasional untuk kepentingan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kreatifitas dalam beriklan, misalnya menggunakan artis atau publik figur sebagai ikon JNE sehingga konsumen bisa lebih membedakan iklan JNE dengan pesaing dan memberikan informasi tentang JNE lebih baik lagi.
2. Meningkatkan intensitas dan lebih aktif penayangan iklan di media massa seperti di media elektronik, media cetak, dan sebagainya sehingga konsumen mengetahui tentang JNE.

3. Meningkatkan kegiatan-kegiatan sosial atau CSR sehingga menciptakan citra yang baik di benak konsumen.
4. Meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan harga layanan yang didapat oleh konsumen misalnya dalam pengiriman barang cepat sampai dan aman ke tempat tujuan.
5. Meningkatkan program potongan harga pada setiap layanan JNE tidak hanya untuk layanan super cepat, tetapi layanan yang biasa saja juga diberikan diskon sehingga konsumen merasa terbantu dengan adanya diskon.

Saran untuk akademisi yaitu:

1. Menambah variabel bebas dalam penelitian ini. Misalnya iklan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.
2. Sebelum memilih objek penelitian, peneliti berikutnya lebih memperhatikan iklan di media massa yang sedang dipublikasikan, baik iklan objek penelitian maupun iklan kompetitor penelitian. Hal ini dilakukan supaya peneliti selanjutnya dapat menentukan item pernyataan dikuesioner dengan lebih baik.