

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil pengujian hipotesis maka dapat ditarik beberapa kesimpulan seperti :

1. Faktor Psikologis berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang.
2. Pesan Iklan berpengaruh signifikan terhadap terhadap Keputusan Pembelian minuman probiotik merek Yakult di kota Padang..
3. Didalam penelitian ditemukan nilai koefisien determinasi atau nilai R-square dengan koefisien dibawah 50% yaitu 9,3% sedangkan sisanya sebesar 90,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah berhasil dilaksanakan ini masih memiliki sejumlah kekurangan akibat adanya keterbatasan yang peneliti miliki. Secara umum beberapa keterbatasan yang terdapat didalam penelitian ini yaitu:

1. Jumlah populasi yang tidak jelas mempengaruhi tingkat akurasi sampel yang dipilih dalam skripsi ini.
2. Adanya variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini yang juga dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang.

5.3 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis pada manajemen minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Upaya yang dapat dilakukan oleh manajemen minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang dimasa yang akan datang adalah dengan cara memperhatikan faktor psikologis dan lebih memperjelas pesan iklan yang disampaikan kepada konsumen agar lebih tertarik untuk membeli minum probiotik merek Yakult di Kota Padang.

Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa pesan iklan merupakan variabel penting yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang. Jika manajemen minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang tidak mampu meningkatkan pesan iklan yang disampaikan pada pelanggan, maka dimasa yang akan datang akan memberikan dampak negatif terhadap pembelian minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang. Dan manajemen minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang memperhatikan faktor psikologis pelanggan agar bisa mengajak pelanggan untuk membeli minuman prabiotik merek Yakult di Kota Padang, dengan cara memperhatikan pesan iklan yang disampaikan terhadap pelanggan.

5.4 Saran

Berdasarkan kepada beberapa keterbatasan yang peneliti temukan dalam penyelesaian pembuatan skripsi maka peneliti dapat menyarankan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat nantinya.

1. Bagi perusahaan minuman Probiotik Merek Yakult di Kota Padang disarankan untuk meningkatkan Faktor Psikologis dan Pesan Iklan bagi konsumen untuk lebih meningkat Keputusan Pembelian konsumen terhadap perusahaan minuman merek Yakult di Kota Padang hal itu dikarenakan faktor psikologis dan pesan iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Untuk lebih meningkat keputusan pembelian konsumen, perusahaan minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang dapat melakukan dengan memperhatikan rata-rata item pernyataan setiap variabel terutama pada rata-rata item pernyataan pada faktor psikologis dengan pernyataan percaya bahwa minuman probiotik yakult adalah minuman probiotik yang berkualitas. pada variabel pesan iklan pihak minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang lebih memperhatikan Pesan pada iklan yakult mudah dimengerti dan diingat oleh konsumen.
2. Pada penelitian berikutnya disarankan untuk lebih memperjelas populasi untuk mempermudah dalam penentuan sampel, saran ini penting untuk meningkatkan mutu dan kualitas hasil penelitian dimasa mendatang.
3. Bagi penlitian berikutnya untuk mencoba mencari atau menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, saran ini penting dilakukan untuk meningkatkan akurasi hasil penelitian dimasa mendatang.