

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakuakn analisis data dari pengujian hipotesis, maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kreativitas Iklan (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung.
2. Personal Selling (X_2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung.
3. Kreativitas Iklan (X_1) dan Personal Selling (X_2), berpengaruh secara bersama terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan Keputusan Pembelian pada Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung, maka disarankan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Dengan adanya variabel Kreativitas Iklan pada Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung, diharapkan agar pimpinan perusahaan dapat lebih meningkatkan Kreativitas Iklan terhadap pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung seperti memperhatikan tentang warna ikon iklan modem smartfren andromax, Mengerti dengan isi iklan yang disampaikan smartfren andromax, dan memperhatikan konten yang disampaikan melalui iklan modem smartfren andromax.

- b. Dengan adanya variabel Personal Selling pada Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung, diharapkan agar pimpinan perusahaan dapat lebih meningkatkan Personal Selling terhadap para Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung seperti Keluhan dan komentar konsumen mampu ditangani oleh karyawan gerai smartfren, memberikan pelayanan pada gerai smartfren andromax yang baik, dan karyawan gerai smartfren dapat memberikan solusi kebutuhan konsumen, serta komunikasi yang baik antara pengunjung dengan karyawan gerai smartfren.
- c. Dengan adanya variabel Keputusan Pembelian pada Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung, diharapkan agar pimpinan perusahaan dapat lebih meningkatkan Keputusan Pembelian terhadap para Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung seperti konsumen yang akan menggunakan modem smartfren andromax berdasarkan saran dari kerabat, perusahaan harus membagi modem smartfren andromax berdasarkan kelompok tertentu, dan perusahaan harus bisa memberikan kualitas modem smartfren andromax yang merupakan salah satu solusi kebutuhan internet saat ini.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Demi keberlangsungan kemajuan ilmu pengetahuan pemasaran diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengangkat faktor lain selain Kreativitas Iklan dan Personal Selling seperti misalnya, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas, Kualitas, Minat Beli, dan faktor-faktor lainnya sehingga akan banyak faktor-faktor yang diketahui untuk meningkatkan Keputusan Pembelian khususnya pada Pengguna Modem Smartfren Andromax 4G LTE di Bandar Lampung.