



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Dari uraian yang telah disusun pada bab-bab sebelumnya dan sesuai dengan data-data yang diperoleh selama penelitian, maka berdasarkan uji hipotesis disimpulkan sebagai berikut :

1. Uji Koefisien Determinasi didapat nilai adjusted R Square (R^2) R^2 sebesar 0,599 hal ini berarti 59,9 % variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel penjelas yaitu Desain Iklan (X1) Pesan Iklan (X2), *Celebrity endors* (X3) *Visual*/gambar (X4) dan Tema (X5) Sisanya 40,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disetarakan dalam variabel penelitian ini.
2. Dari uji t atau uji parsial membuktikan bahwa:
 - 1) Variabel Desain Iklan (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sirup Marjan Tembilaan
 - 2) Variabel Pesan Iklan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sirup Marjan Tembilaan
 - 3) Variabel *Celebrity endors* (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sirup Marjan Tembilaan
 - 4) Variabel *Visual*/gambar (X4) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sirup Marjan Tembilaan
 - 5) Variabel Tema (X5) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sirup Marjan Tembilaan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

3. Pengujian Uji f atau secara simultan menunjukan bahwa Variabel Desain Iklan (X1), Pesan Iklan (X2), *Celebrity endors* (X3), *Visual/gambar* (X4), Tema (X5), secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sirup Marjan.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan diatas, dengan ini dikemukakan saran-saran penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Tema (X₅) mempunyai nilai tertinggi dalam rekapitulasi jawaban rata-rata responden, variabel Tema (X₅) mempunyai dampak langsung pada Keputusan Pembelian (Y) Produk Sirup Marjan.
2. Variabel *Celebrity endors* (X3) Mendapat nilai terendah dalam rekapitulasi jawaban rata-rata responden, untuk itu agar lebih meningkatkan pada kualitas produk sehingga menimbulkan Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Sirup Marjan
3. Penelitian selanjutnya hendaknya mencari petunjuk lain seperti buku dan jurnal yang lebih mendukung lagi agar menguatkan hasil penelitian.