

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian tes dan uji analisis, peneliti dapat menarik sebuah kesimpulan atau hasil penelitian yaitu :

1. Berdasarkan distribusi jawaban responden terhadap pelaksanaan iklan Provider Telkomsel di media televisi, diketahui bahwa hampir semua pertanyaan yang diberikan peneliti dinyatakan setuju oleh responden. Terkecuali pertanyaan mengenai penggunaan Provider Telkomsel dikarenakan bintang iklan yang menjadi idola, responden lebih banyak menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Provider Telkomsel dalam penyampaian iklannya di media televisi dinilai baik oleh responden.
2. Berdasarkan distribusi jawaban responden terhadap minat beli layanan Provider Telkomsel, diketahui bahwa responden sebagian dari pertanyaan mengenai minat beli yang diberikan peneliti menyatakan setuju dengan iklan yang ada menimbulkan minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa Provider Telkomsel dalam menarik perhatian minat beli konsumen dinilai cukup baik oleh responden.
3. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana diketahui bahwa pengaruh pelaksanaan iklan di media televisi terhadap minat beli atas layanan provider Telkomsel memiliki pengaruh sebesar 3,6% sesuai Tabel 4.30 *model*

*summary*. Iklan media televisi juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian konsumen, dengan kontribusi pengaruh sebesar 3,2% sesuai Tabel 4.31 *anova*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data serta kesimpulan di atas maka peneliti mencoba memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Provider Telkomsel di media televisi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Sehingga perusahaan perlu mempertahankan iklan produk Provider Telkomsel yang sudah ada dan perusahaan pun perlu menarik perhatian konsumen agar minat beli konsumen dapat meningkat ke level yang lebih tinggi.
2. Perusahaan harus lebih gencar lagi mengiklankan produknya agar lebih banyak konsumen yang mengenali produknya dan membeli produk Provider Telkomsel baik melalui iklan di televisi maupun media promosi lainnya seperti billboard, radio, media cetak dan lainnya.
3. Perusahaan perlu memperhatikan apa yang menjadi keinginan konsumen mengenai iklan yang baik, seperti perlu diperhatikannya bintang iklan yang digunakan agar menarik perhatian konsumen dan sekaligus iklan tersebut dapat disukai sehingga ketika konsumen melihat penayangan iklan tersebut akan berdampak positif terhadap penjualan produk.

4. Perusahaan perlu meninjau ulang dengan penggunaan selebriti endorser karena akan berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.
5. Perusahaan harus dapat meyakinkan konsumen bahwa produknya memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk sejenis pesaing sehingga konsumen dapat tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk Provider Telkomsel.
6. Perusahaan perlu melakukan adanya pengembangan produk dan juga melakukan inovasi produk untuk dapat menarik perhatian dan minat beli konsumen agar produk tetap diminati konsumen.

Demikian saran yang peneliti berikan, semoga dengan segala keterbatasan peneliti, saran yang diberikan dapat memberi masukan bagi perusahaan khususnya dalam melaksanakan iklan sebagai media promosi dalam pemasaran.