

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam Bab V akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan analisis data serta saran yang dapat diberikan atas penelitian “PENGARUH IKLAN ONLINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ( STUDI PADA PROVIDER XL)”

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dilihat dari karakteristik pekerjaan, diketahui jenis pekerjaan yang dimiliki responden adalah mahasiswa/i sebanyak 110 responden(100%). Dari data tersebut semua yang suka menggunakan *internet* dan melihat iklan *online* XL adalah mahasiswa/i. Hal tersebut menunjukkan XL sudah berhasil memenuhi salah satu tujuan dari iklan tersebut yaitu memasuki kalangan anak muda untuk tertarik membeli produk XL.
2. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Iklan *Online* (X) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 16,2%,

sedangkan pengaruh variabel lain yang tidak diamati adalah sebesar 83,8%. Hal ini menandakan iklan *online* memengaruhi dan dapat meningkatkan pembelian produk XL .

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan masukan-masukan kepada PT.XL Axiata Tbk. yaitu:

1. Berdasarkan hasil pengujian data yang dilakukan, disarankan agar PT. XL Axiata Tbk. membuat iklan *online* yang tetap menarik akan tetapi tanpa mengganggu kenyamanan konsumen saat *browsing*. Iklan *online* sendiri dipandang konsumen sudah cukup menarik dari segi tampilan karena lewat *online*, suatu iklan dapat lebih interaktif dibanding di koran, atau media cetak.
2. Untuk penelitian berikutnya peneliti menyarankan agar dilakukan di lingkungan lain di luar Universitas Kristen Maranatha supaya data yang didapat bersifat lebih umum.
3. Disarankan agar PT.XL Axiata Tbk. juga memperluas terus jaringannya di media sosial dengan mengadakan promosi atau interaksi menarik dengan konsumennya, tidak terbatas hanya kepada iklan *online* yang muncul saat *browsing (pop up)*. Karena melihat perkembangannya media sosial merupakan lahan iklan yang sangat menarik dan dapat dimanfaatkan.