

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh periklanan *online* terhadap minat beli Samsung Android.

Berdasarkan dari hasil penelitian peranan periklanan *online* dalam meningkatkan minat beli Samsung Android, didapati bahwa periklanan *online* mempengaruhi minat beli Samsung Android.

#### **5.2. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian dan dilihat dari kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada sedikit saran yang diberikan sebagai masukan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, dan diharapkan dapat bermanfaat bagi para pemasar *online* dalam meningkatkan minat beli konsumen, yaitu desain iklan *online* di website menarik, gaya bahasa iklan *online* di website, komunikatif dan mudah dimengerti, gambar tayangan iklan *online* di website menarik untuk dilihat dan pesan iklan *online* di website memiliki daya tarik dan mudah diingat. Hal ini penting untuk dilakukan oleh para pemasar *online* mengingat persaingan di bisnis ini semakin hari semakin ketat, sehingga akan semakin sulit untuk dibedakan, terbukti dengan hadirnya pemasaran *online* banyak bisnis *smartphone* baru yang sejenis menggunakan pemasaran *online* yang tidak jauh berbeda dengan yang lainnya.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki lagi, antara lain adalah peneliti tidak menyebarkan kuesioner langsung di tempat yang menjadi objek penelitian. Hal ini mungkin mempengaruhi tingkat akurasi dari jawaban responden mengingat situasi yang tidak mendukung pelanggan untuk melakukan penelitian.

### **5.4. Saran Untuk Penelitian Mendatang**

1. Menyebarkan kuesioner kepada responden hendaknya dilakukan langsung di tempat yang menjadi objek penelitian agar calon konsumen yang bersangkutan dapat memberikan penelitian yang lebih objektif.
2. Gunakan teknik pengumpulan data lain selain kuesioner, yang dapat memberikan data dengan tingkat akurasi yang lebih baik, dan jika hasil yang didapati tidak signifikan, maka peneliti perlu melakukan wawancara kembali dengan beberapa orang responden sebelumnya yang dipilih secara acak.

### **5.5. Saran Bagi Perusahaan**

Sebaiknya bagi perusahaan harus mempunyai internet marketing manager, agar bisa mengatur dan menyusun rencana internet marketing online yang efektif dan efisien.