

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu pengaruh Keputusan Periklanan terhadap Minat Konsumen, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari keseluruhan item pertanyaan, rata-rata responden menjawab setuju, mengenai aspek-aspek pertanyaan keputusan periklanan. Dapat disimpulkan pelaksanaan periklanan sudah dilakukan dengan baik melalui berbagai alat media, jenis media, jangkauan media, dari segi harga juga promosi lainnya.
2. Dari segi pesan periklanan, ada beberapa aspek pesan periklanan yang masih harus terus ditingkatkan agar konsumen tertarik menjadi anggota adalah pada aspek pesan dibuat lebih menarik dan informastif, dengan bahasa yang sederhana, ringan, sesuai dengan pangsa pasar konsumen'
3. Dari keseluruhan item pertanyaan, rata-rata responden menjawab setuju dengan aspek pertanyaan.
4. Dari hasil secara keseluruhan menunjukkan bahwa Keputusan Periklanan memiliki pengaruh yang positif. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan statistik yang menggunakan metode regresi sederhana sebesar 15,7%. Ini berarti menunjukkan adanya pengaruh yang besar dengan didukung nilai signifikan 0,004 terhadap minat konsumen. Sisanya hanya 84,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Sehingga Keputusan Periklanan harus lebih ditingkatkan sehingga merangsang minat konsumen

5.2 Saran

Saran yang perlu penulis berikan kepada Sabai Muay Thai dengan meninjau hasil dari kuesioner yang sudah ada, yaitu :

1. Informasi Iklan Sabai Muay Thai yang memuat harga dan promo yang menarik harus lebih sering di tonjolkan dan diinformasikan karena hasil kuesionermya netral sehingga masih ada konsumen yang belum tahu banyak tentang harga dan promo yang dilakukan oleh Sabai Muay Thai.
2. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa dari dimensi pembujuk pesan, Muay Thai sudah pada kategori baik. Pada indikator iklan harga dan promo yang ditawarkan harus lebih jelas karena banyak responden masih meragukan bahasa yang disampaikan.