

Bab V

Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang pernah melihat iklan IM3 Play dan setelah diolah maka hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Iklan televisi berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Pengaruh yang diberikan adalah sebesar 10%, sisanya adalah 90% yang dijelaskan oleh sebab-sebab lain, yaitu:

- Word of mouth
- Promosi yang diberikan dari berbagai media yang lain yaitu: radio, koran, poster, spanduk dan brosur.
- Harga
- Fasilitas dari produk yang diberikan
- Kualitas produk
- Merek

- Pada tabel anova nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan model regresi dapat digunakan. Tabel Coefficients, kolom Sig. Untuk Iklan Televisi \Rightarrow Nilai p value $< \alpha = 0,001 < 0,05$

Interpretasi nya adalah H_0 ditolak, maka ditarik kesimpulan Iklan televisi berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel Coefficients, kolom Unstandardized Coefficients B

- Nilai Constant = 1,547
- Nilai Iklan Televisi = 0,541

Maka persamaan regresi $Y = a + bX \Rightarrow Y = 1,547 + 0,541X$

Arti: Y = Minat beli

X = Iklan televisi

a = 1,547

b = 0,541

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Disarankan bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian ini:

- Untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas produk, WOM, dan promosi karena jika menggunakan variabel iklan televisi saja sangat kecil pengaruhnya terhadap minat beli. Sehingga diharapkan dengan menambah variabel di atas besar pengaruh terhadap minat beli akan meningkat.
- Menambahkan jumlah sampel, karena disini peneliti hanya menyebarkan 100 kuesioner, jadi diharapkan dengan menambah jumlah sampel hasilnya akan lebih baik.
- Sebaiknya memperluas sampel jangan hanya terbatas di lingkungan Universitas Kristen Maranatha.

2. Bagi perusahaan:

- Disarankan perusahaan lebih baik dan lebih kreatif lagi dalam menampilkan iklan sehingga konsumen yang melihat iklan Im3 Play akan tertarik untuk membeli.
- Membuat tema iklan yang lebih menarik agar konsumen tertarik untuk melihat iklan Im3 Play.
- Perusahaan harus bisa mengetahui apa yang diinginkan konsumen sehingga produk yang dijual bisa membuat konsumen berminat untuk membeli.

- Intensitas penayangan iklan di televisi ditambah agar dapat lebih mempengaruhi konsumen dan untuk mengimbangi gerak perusahaan pesaing.
- Sebaiknya bahasa yang digunakan lebih komunikatif dan mudah dicerna.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian masih terdapat beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Keterbatasan waktu, biaya dan tempat, penelitian ini hanya mengukur 100 responden yang diambil secara acak dengan kriteria tertentu. Hasil penelitian mungkin akan berbeda jika responden lebih banyak lagi dengan jangkauan yang lebih luas.
2. Keterbatasan memperoleh data dengan menggunakan kuesioner, yaitu adanya kemungkinan bahwa dalam melakukan pengisian kuesioner, pengisian jawaban dilakukan secara sembarangan.