

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan Dan Saran

IV.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “ Pengaruh terpaan iklan televisi XL “hidup xtra bisa dengan paket combo xtra” survei pada warga di perumahan batan indah serta pembahasan yang didapat dari penyebaran kuesioner dan observasi kemudian data tersebut diolah dengan *SPSS versi 23*, maka penulis dapat menyimpulkan :

1. Bahwa warga di perumahan batan indah di dominasi lebih banyak berjenis kelamin laki - laki dibandingkan perempuan. Dan warga di perumahan batan indah sebagian besar berumur kurang dari 25 tahun dimana dalam umur tersebut dikategorikan adalah remaja atau anak muda. Warga di perumahan batan indah sebagian besar memiliki pendidikan terakhir lulusan SMA dengan presentase 42%, dan terbanyak kedua dengan pendidikan akhir memiliki gelar S1 dengan presentase 31%. Warga di perumahan batan indah sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa dengan presentase 37%, dan terbanyak kedua memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil dengan presentase 27%.
2. Dari hasil pernyataan responden jawaban variabel X dikatakan cukup efektif dan jawaban responden pada variabel Y dikatakan cukup efektif. Hal tersebut dapat diartikan dalam garis besar bahwa terpaan iklan televisi XL berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemungkinan dikarenakan dengan adanya iklan televisi XL calon konsumen bisa mendapatkan informasi yang cukup dari iklan televisi tersebut.

Dalam analisis Inferensial didapat hasil koefisien korelasi yaitu $r = 0,733$ dengan nilai tersebut berada pada posisi 0,600 – 0,799 yang berarti dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Terpaan Iklan Televisi XL (Variabel

X) terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Y) memiliki hubungan yang kuat. Dilihat dari uji hipotesis dimana t hitung sebesar $10,48 > t$ tabel $1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya dalam penelitian ini terdapat pengaruh Terpaan Iklan Televisi XL terhadap Keputusan Pembelian pada warga di perumahan Batan Indah.

IV.1.2 Saran

Dalam meningkatkan pengaruh Iklan agar mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan menggunakan media iklan di televisi disarankan adalah sebagai berikut :

1. Terpaan adalah tingkat konsumsi khalayak terhadap program televisi dan dapat melalui dari durasi yaitu berapa lama konsumsi yang dilakukan oleh pemirsa, frekuensi yaitu berapa kali pemirsa mengkonsumsi serta pengetahuan akan isi program yang diteliti. Iklan XL bisa membuat iklan lebih sering tayang dalam jeda waktu yang sedikit agar calon konsumen dapat mengingat iklan XL dan menjadi tertarik karena sering melihat iklan.
2. Dalam penyampaian pesan pada iklan XL di Televisi ,pesan yang disampaikan harus dibuat lebih singkat dan mudah dipahami pemirsa sehingga pemirsa terinformasi dengan jelas oleh iklan televisi tersebut.
3. Dalam pembuatan iklan sebaiknya XL memilih model yang terkenal sehingga membuat iklan menarik perhatian penontonnya.