

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian tentang Pengaruh daya tarik iklan Quipper Video terhadap motivasi belajar (survey pada Pengikut *facebook* Quipper Video) dan pembahasan yang di dapatkan melalui penyebaran kuesioner dan observasi yang selanjutnya data tersebut diolah dengan menggunakan SPSS, maka dapat disimpulkan :

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 100 responden, yang terdiri dari 38 laki – laki dan 62 perempuan yang seluruhnya adalah pengikut *facebook* Quipper Video yang sebagian besar memberikan pernyataan setuju pada setiap butir pernyataan yang penulis buat.
- b. Serta 43 memiliki pendidikan terakhir SD dengan jumlah presentase 43% dan sebanyak 57 dengan presentase 57% berpendidikan terakhir SMP.
- c. Penghitungan skala interval X berada di tinggi dengan presentase 72% hal ini menunjukkan bahwa pengikut *facebook* Quipper video mendapatkan pengaruh daya tarik iklan Quipper video karena iklan Quipper video menyampaikan pesan iklan dengan gaya yang menarik dan mudah di mengerti.
- d. Berdasarkan uji korelasi terdapat nilai koefisien korelasi r yaitu = 0,665. nilai tersebut memiliki hubungan yang berarti karena terletak Lebih dari 0,90. maka dari pada itu terdapat korelasi antara variabel X pengaruh daya tarik iklan Quipper Video dengan variabel Y yaitu Motivasi Belajar memiliki hubungan yang Cukup berarti.
- e. Berdasarkan perhitungan uji signifikansi hipotesis atau uji t , Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh t hitung yaitu sebesar $8.87 > t$ tabel 1,66023 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa adanya pengaruh dari

Iklan Quipper Video dalam meningkatkan Motivasi belajar Jadi semakin mempromosikan produk tersebut atau semakin kuat daya tarik iklan maka banyak yang termotivasi belajar dengan menggunakan Quipper Video.

f. Determinasi menggunakan SPSS versi 21 dapat disimpulkan bahwa terdapat Berdasarkan perhitungan uji koefisien determinasi, diketahui nilai korelasi (r) = 0,443 dan nilai r square (yang merupakan penguadratan nilai korelasi) yaitu $0,443 = 44,3\%$. Jadi, dapat dijelaskan 44.3% Motivasi Belajar (Variabel Y) ditentukan oleh faktor pengaruh Daya Tarik Iklan Quipper Video (Variabel X), dan sisanya sejumlah 0,557 atau 55,7% ditentukan oleh faktor lain mungkin seperti Fasilitas, promosi, dan harga.

g. Dimensi tertinggi dari Variabel X Daya Tarik Iklan terdapat didalam indikator Endorser terendah dalam Variabel X Daya Tarik Iklan terdapat dalam indikator *Script*.

h. Dimensi tertinggi dari Variabel Y Motivasi Belajar terdapat didalam indikator Faktor *Intrinsik* dan dimensi tertinggi didalam variabel Y Motivasi Belajar yaitu Faktor *Intrinsik*.

i. Berdasarkan tabel perhitungan tabulasi silang diketahui bahwa terdapat 38 responden (30%) menganggap bahwa Daya tarik Iklan Quipper video terhadap Motivasi Belajar berada pada tingkat tinggi. Terdapat 34 responden (34%) menganggap bahwa Motivasi Belajar menggunakan Quipper Video berada pada tingkat tinggi dan memiliki minat baca tinggi.

V.2 SARAN

Dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh daya tarik iklan Quipper video terhadap motivasi belajar” (Survey pada pengikut *facebook* Quipper video). Mengacu pada kesimpulan yang penulis buat, peneliti menyarankan agar iklan Quipper Video menampilkan Teks pada iklan lebih jelas dan tidak terlalu cepat agar terbaca oleh masyarakat yang melihatnya. Dan menampilkan tulisan – tulisan pada iklan sekreatif mungkin. Iklan yang telah ada sekarang sudah menarik hanya saja tulisan atau teks yang ada pada iklan masih terlalu cepat. Oleh karena itu, dalam membuat iklan produsen hendaknya harus lebih memperhatikan kreatifitas dalam berbagai hal.

