

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian dengan judul “Efektivitas Iklan Rokok Elektrik (Vape) Indonesia Juice Cartel Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kuantitatif Followers Instagram @Indonesiajuicecartel)” dengan cara survei berupa kuisioner dengan 100 responden *followers Indonesia Juice Cartel* dalam akun instagram @indonesiajuicecartel memperoleh hasil bahwa efektivitas Iklan pada iklan produk Indonesia Juice Cartel di media sosial Instagram memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. berdasarkan hasil analisis data pembahasan penelitian peneliti, peneliti dapat menguraikan beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Nilai koefisiensi korelasi antara dua variabel penelitian sebesar 0,781. Nilai tersebut masuk diantara 0,60 – 0,80 yang dinyatakan bahwa variabel X (efektivitas iklan) memiliki pengaruh yang tinggi terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian konsumen).
2. Evaluasi penggunaan teori epic model sebagai landasan pada penelitian ini mampu menjelaskan bagaimana perilaku Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Indonesia Juice Cartel dapat timbul karena disebabkan adanya faktor dorongan dari pesan dan kesan iklan yang dilakukan di *instagram*. Konsumen melakukan pengambilan keputusan setelah melakukan iklan tersebut.
3. Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa efektivitas iklan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada berbagai produk Vape Indonesia Juice Cartel memiliki pengaruh sebesar 61%. Sedangkan, sisanya sejumlah 39% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Faktor lain ini bisa berupa iklan di media sosial lainnya maupun media digital. Seperti iklan facebook, televisi, twitter, dan juga lainnya. Selain itu ada juga faktor kualitas produk, kepercayaan produk, dan kepuasan produk juga menjadi faktor timbulnya pengambilan keputusan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Efektivitas Iklan Rokok Elektrik (Vape) Indonesia Juice Cartel Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kuantitatif Followers Instagram @Indonesiajuicecartel)”, maka peneliti memberikan saran- saran sebagai berikut :

5.2.1 Saran Praktis

1. Penelitian ini memfokuskan pada proses pengambilan keputusan konsumen sebagai bentuk pengaruh dari komunikasi pemasaran. Efektivitas iklan sebagai faktor dependen dari penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi tim pemasaran, tim media sosial, dan juga pemangku kepentingan terkait untuk mengetahui data statistik proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk Indonesia Juice Cartel saat pembelian maupun pada saat pra dan pasca pembelian.
2. Penelitian ini juga diharapkan agar dapat menjadi tambahan informasi dan dapat berkontribusi, terutama dalam bidang periklanan melihat media sosial *Instagram* sebagai pendukung iklan suatu produk dapat mengubah Keputusan pembelian konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.
3. Data penelitian menjelaskan bahwa pengelola media sosial Indonesia Juice *Cartel* menjalin hubungan yang baik dengan pengikutnya di Instagram, yaitu dengan interaksi kolom komentar maupun secara pribadi (*direct messaging*). Peneliti mengharapkan agar pengelola tetap menjalankan hubungan yang baik dengan konsumennya.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan agar menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai efektivitas iklan dalam brand vape yang mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen, peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti fokus lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat menemukan hasil temuan yang berbeda dan lain, atau bisa disebut terdapat kebaruan dalam penelitian. Selanjutnya, penelitian ini dapat berpengaruh pada pengembangan akademik dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya komunikasi pemasaran.
2. Penelitian mengenai pengaruh efektivitas iklan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian konsumen menjadi awal yang baik di bidang akademik, penelitian ini membahas trend budaya populer di masa sekarang dan melihat bagaimana konsumen melakukan berbagai aktivitas baik saat pembelian, pra pembelian maupun pasca pembelian.