

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Dalam bab ini, peneliti memberikan beberapa kesimpulan dan beberapa saran yang berhubungan dengan pengaruh iklan cetak Consina Carabiber terhadap minat beli.

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan kepada followers akun Instagram @consinaofficial yang digunakannya untuk tercapai minat beli dari produk Consina yang diiklankan. Minat beli Carabiner dari Consina dipengaruhi oleh iklan cetaknya itu sendiri. Peneliti melakukan penelitian terhadap 100 sampel followers akun Instagram @consinaofficial melalui google form. Hasilnya penelitian mendapatkan hasil dari beberapa uji, antara lain:

1. Peneliti melakukan uji korelasi pearson product moment dengan mendapatkan hasil sebesar 0,855, ini menandakan korelasi kuat antar variable karena nilai 0.855 lebih besar dari nilai nominalnya yaitu 0,20.
2. Peneliti melakukan uji regresi dengan mendapatkan hasil sebesar 73,1% dari uji regresi ini memiliki arti bahwa variabel X (Iklan Cetak) berpengaruh positif terhadap variabel Y (Minat Beli)
3. Peneliti melakukan uji hipotesis dengan mendapatkan nilai signifikansi 10% dan yang mendapatkan nilai sebesar 16,331 t hitung dan t tabel sebesar 1,661 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima yang berarti pengaruh iklan cetak Consina Carabiner berpengaruh terhadap minat beli serta adanya pengaruh yang signifikan, ini didapatkan dari hasil uji t dalam uji hipotesis.

#### 6.1 Saran

Saran yang bisa diberikan dari peneliti terhadap perusahaan Consina dengan iklannya:

1. Bagi perusahaan Consina the out door life style disarankan untuk terus mempertahankan citra positif sebagai merek penyedia peralatan dan

**Dwika Mochammad Fahmi, 2020**

**Pengaruh Terpaan Iklan Cetak Consina Carabiner Terhadap Minat Beli**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

perlengkapan luar ruang kreasi anak bangsa, karena terbukti bahwa hasil penelitian ini yaitu iklan cetak memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap minat beli dengan cara menjaga nama merek supaya tetap memiliki kualitas produk yang baik agar tetap dapat selalu memenuhi kebutuhan para khalayak yang membutuhkan ataupun menginginkan produk tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan survei dengan langsung terjun kelapangan untuk mendapatkan responden yang jelas, yang mana tidak hanya memperoleh populasi dari followers akun Instagram @consinaofficial yang mana ruang lingkupnya hanyalah media sosial sehingga memiliki keterbatasan untuk mengisi data survey dan untuk dapat memperoleh daya generalisasi hasil penelitian yang lebih baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, karena tidak menutup kemungkinan bahwa dengan melakukan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.