

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasn yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta berdasarkan data dan fakta yang diperoleh di lapangan, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan iklan perabot rumah tangga di RTv terhadap minat beli ibu-ibu rumah tangga di RT 01 RW 09 Kelurahan Rejosari Kecamatan Tenayan Raya Pekanbaru Riau. Hal ini dapat dilihat pada hasil nilai pengaruh tayangan iklan perabot rumah tangga di RTv terhadap minat beli ibu-ibu rumah tangga RT 01 RW 9 Kelurahan Rejosari Kecamatan Tenayan Raya Pekanbaru Riau dengan hasil t hitung $>$ t tabel = $8,309 > 0,2002$ atau signifikansi $<$ $\alpha = 0,000 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa iklan perabot rumah tangga di RTv berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat.
2. Dari nilai koefisien korelasi juga menyatakan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara pengaruh tayangan iklan perabot rumah tangga di RTv dengan minat beli ibu-ibu rumah tangga RT 01 RW 09 Kelurahan Rejosari Kecamatan Tenayan Raya Pekanbaru Riau dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,737. Nilai korelasi ini terletak pada rentang 0,600 – 0,799 dengan kategori kuat. Artinya adalah terdapat hubungan yang kuat antara iklan perabot rumah tangga di RTv dengan minat beli masyarakat.
3. Dalam analisis regresi sederhana menunjukkan :
 - a. Nilai konstanta (a) sebesar 13,717. Artinya adalah apabila iklan perabot rumah tangga di RTv diasumsikan nol (0), maka minat beli masyarakat sebesar 13,717.
 - b. Nilai koefisien regresi variabel iklan perabot rumah tangga di RTv sebesar 0,593. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan iklan perabot rumah tangga di RTv sebesar satu satuan maka akan meningkatkan minat beli masyarakat sebesar 0,593 dan sebaliknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis dapat menyampaikan beberapa saran :

1. Riau Televisi (RTV)
 - a. Penayangan iklan promosi barang ataupun jasa sebaiknya ditayangkan pada waktu menonton yang efektif. Agar lebih banyak khalayak yang menonton iklan tersebut sehingga iklan memberi pengaruh yang lebih kuat.
 - b. Program acara yang bagus dan menarik akan menimbulkan minat tonton masyarakat terhadap televisi. Maka, suguhkanlah program acara yang menarik sehingga minat tonton masyarakat Riau semakin tinggi terhadap RTV, dan semakin banyak pengiklan yang mengiklankan produknya di RTV.
2. Masyarakat :
 - a. Sebagai masyarakat serta penduduk tetap di provinsi Riau, maka kita sebaiknya menyaksikan ataupun menonton siaran lokal di daerah kita, agar informasi mengenai daerah tempat kita berdomisili dapat kita peroleh.
 - b. Mulailah untuk menikmati siaran lokal, agar stasiun televisi lokal dapat memperoleh rating yang lebih baik. Serta menjadikan televisi lokal sebagai media untuk memperoleh informasi.