

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab terdahulu, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara komunikasi pemasaran terhadap minat beli dengan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3,992 > 2.021$ ), hal ini berarti apabila komunikasi pemasaran tinggi maka minat beli akan tinggi pula. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,499 atau (49,9%) berada antara nilai rata-rata interval 0,40 – 0,599 yang berarti berpengaruh cukup kuat. Sedangkan 0,511 atau (51,1%) dipengaruhi dari faktor lain dan tingkat signifikan  $0,000 > 0,05$  dengan hipotesis penelitian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Dari analisa diatas menjelaskan bahwa Komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap minat beli hal ini dapat diketahui dengan cara meningkatkan kualitas produk, harga yang terjangkau oleh konsumen distribusi yang memadai dan promosi sebagai wahana komunikasi dengan konsumen yang menarik perhatian minat beli konsumen.

## **B. Saran**

Melalui penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran pt coca cola terhadap minat beli konsumen sebagai berikut:

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan marketing PTcoca cola pekanbaru lebih meningkatkan lagi komunikasi pemasaran tidak hanya pada promosi yaitu sebagai perantara komunikasi antara perusahaan dengan pembeli, tetapi perusahaan harus memperhatikan juga harga dari produk, tempat penjualan dan kualitas dari produk.
- b. Dengan adanya penelitian ini diharapkan PT coca cola pekanbaru dapat menjalin hubungan yang lebih baik dengan konsumennya dengan berbagai cara, salah satunya adalah melakukan komunikasi pemasaran yang baik sehingga konsumen merasa senang dengan pihak perusahaan dan juga untuk kemajuan perusahaan.
- c. Diharapkan pada penelitian berikutnya yang tertarik untuk mengangkat tema ini dalam penelitiannya, agar mempertimbangkan faktor seperti latar belakang masalah, landasan teori dan memperhatikan metodologi penelitiannya, agar penelitian tersebut mendapatkan hasil yang memuaskan dan dapat bermanfaat bagi orang banyak.