

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berikut dapat disimpulkan :

1. Dari pertanyaan elemen-elemen variabel iklan televisi menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian setuju tentang iklan minyak goreng sania di media televisi
2. Dari pernyataan elemen-elemen variabel dalam pembelian ibu-ibu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian setuju tentang pembelian
3. Persamaan regresi linier sederhana di peroleh $Y = 9,029 + 0,485 X$
Berdasarkan persamaan regresi diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :
 - a. Konstanta 9,029 dinyatakan bahwa apabila variabel independent di asumsikan nol (0), maka perubahan pada variabel Y (Keputusan konsumen) bernilai 9,029.
 - b. Koefisien regresi variabel iklan 0,485 menyatakan bahwa setiap perubahan 1 nilai tayangan iklan minyak goreng sania di media televisi maka akan meningkatkan pembelian sebesar 0,485.
4. Berdasarkan hasil perhitungan nilai t-hitung sebesar 4,047 dan nilai t-tabel sebesar 3,938. Dapat disimpulkan bahwa iklan televisi memiliki

pengaruh signifikan terhadap pembelian ibu-ibu rumah tangga, H_a di terima dan H_0 ditolak.

5. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,378, Artinya bahwa hubungan keeratan antara variabel iklan televisi (independen) dan variabel pembelian (dependen) berada pada tingkat hubungan rendah karena nilai R berada antara 0,20 - 0,399. Sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 14,%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 86%. Dengan demikian apabila tayangan iklan televisi baik maka akan berpengaruh positif pada pembelian dan apabila tayangan iklan televisi tidak baik maka akan berpengaruh negatif terhadap pembelian.

2. Saran

Dari hasil penelitian, analisis dan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Mengingat keberadaan minyak goreng sania di televisi di buat lebih menarik dan frekuensi iklan di tingkatkan lagi, agar konsumen tetap loyal dan perusahaan mampu menarik lebih banyak konsumen baru terhadap pembelian minyak goreng sania, dan menambah nilai kepuasan konsumen.
2. Iklan minyak goreng sania di televisi harus lebih dapat meyakinkan konsumen akan keunggulan-keunggulan produk yang di milikinya.

3. Di harapkan bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel harga di dalam skripsi ini.
4. Dari hasil nilai korelasi maupun kontribusi yang diberikan oleh faktor iklan televisi terhadap pembelian ibu-ibu rumahtangga Di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, menunjukkan bahwa masih di perlukan adanya penelitian lanjutan lagi bagi peneliti yang lain, untuk variabel lain yang tidak di masukkan dalam variabel ini.