

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa iklan media televisi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk telkomsel (As), yang didasarkan pada hasil yang telah didapat dalam penelitian, yaitu :

1. Pengujian validasi dan reabilitas setiap item pertanyaan dalam penelitian ini telah memberikan hasil yang baik. Pengujian validitas untuk semua item dalam setiap variabel dengan menggunakan *corrected Item- Total Correlation* menunjukkan nilai diatas 0,30 yang berarti semua item pertanyaan dinyatakan valid. Sedangkan pengujian reabilitas menunjukkan nilai Cronbach Alpa 0.782 untuk variabel iklan dan 0,763 untuk variabel keputusan pembelian konsumen yang menunjukkan nilai diatas 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat.
2. Normalitas rata-rata jawaban responden yang menjadi data dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 5.1 yang menunjukkan jawaban responden berdistribusi normal.
3. Hasil regresi secara parsial menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu $9,422 > 1,986$ dengan nilai nilai signifikansi 0,00 berada atas 0,005 (5%)

B. Saran

Pada bagian akhir ini berdasarkan penelitian dan kesimpulan, penulis hendak memasukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat berikan sebagai berikut :

Varabel iklan media televisi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Di harapkan Telkomsel lebih meningkatkan kualitas iklan di media televisi. Karena promosi lewat iklan media televisi, konsumen bisa lebih tau sebagai mana eksistensi produk tersebut dan konsumen juga bias menikmati iklan tersebut sebagai hiburan. Jika konsumen menyukai iklan tersebut dan menontonnya secara berulang-ulang maka, perlahan-lahan akan timbul keputusan pembelian akan produk tersebut, terlepas apakah konsumen tersebut penasaran ataupun benar-benar tertarik akan produk yang diiklankan.

Sebaiknya iklan di tayangkan pada jam-jam strategis, karena targeting target adalah kaum muda, jadi disarankan agar iklan di tayangkan pada Fringe Time : Jam 16.30 – 19.30, karena pada jam tersebut, anak-anak sekolah sudah pulang sekolah. Sehingga dengan penayangan iklan di waktu yang pas, maka kemungkinan kaum muda tertarik akan promo yang ditawarkan/ diiklankan tersebut akan lebih besar dibanding waktu penayangan lainnya.