

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembelian hand & body merek Citra pada konsumen masyarakat Tampan pekanbaru dipengaruhi iklan dengan adanya Spokeperson (keahlian teknis), testimonial (kesaksian/jaminan), Demonstration (bukti/manfaat) dan Life Style (gaya).
2. Secara umum pengujian validitas dan reliabilitas setiap item pertanyaan dalam penelitian ini telah memberikan hasil yang baik. Pengujian validitas untuk semua item pertanyaan dalam setiap variabel dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan nilai diatas 0,30 yang berarti semua item pertanyaan dinyatakan valid. Sedangkan pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat reliabel.
3. Normalitas rata-rata jawaban responden yang menjadi data dalam penelitian ini dilihat dari *Kolmogorov-Smirnov* test yang menunjukkan bahwa jawaban responden berdistribusi normal.
4. Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,431. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama Spokeperson, Testimonial, Demonstration, dan Life Style

memberikan pengaruh yang signifikan terhadap iklan Audiovisual hand & Body merek Citra pada pembelian konsumen Masyarakat Tampan Pekanbaru sebesar 43,1%. Sedangkan sisanya sebesar 56,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

5. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan Hand & Body Citra pada pembelian Masyarakat tampan Pekanbaru sangat dipengaruhi oleh Life style. Hal ini sesuai dengan keadaan yang dilihat pada uji yang telah di leliti.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, ada beberapa hal yang ingin penulis sampaikan kepada pihak perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Mengingat keberadaan hand & Body merek citra mudah didapat, sebaiknya tayangan iklan hand & Body merek citra di televisi dibuat lebih menarik dan frekuensi iklan ditingkatkan lagi, agar konsumen tetap loyal dan perusahaan mampu menarik lebih banyak konsumen baru terhadap pembelian hand & Body merek citra, dan menambah nilai kepuasan konsumen.
2. Iklan hand & Body merek citra di televisi harus lebih dapat meyakinkan konsumen akan keunggulan-keunggulan produk yang dimilikinya.
3. Dari hasil nilai korelasi maupun kontribusi yang diberikan oleh faktor iklan televisi terhadap pembelian Masyarakat tampan Pekanbaru menunjukkan bahwa masih diperlukan adanya penelitian lanjutan bagi peneliti yang lain, untuk meneliti variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

