

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

- a. Sebagian besar responden mempunyai pendidikan SLTA, usia berkisar antara 13-17 tahun, dan berpenghasilan kurang dari Rp.500.000. Hal ini mengindikasikan bahwa iklan bernuansa humor pada kartu As dengan bintang Aming lebih populer dikalangan remaja di wilayah Kecamatan Mlati.
- b. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa ada pengaruh variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen)
- c. Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa:
 - Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kemampuan dialog terhadap minat beli produk Kartu As. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sig} > 0,05$ ($\text{sig} = 0,836$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
 - Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kemampuan akting terhadap minat beli produk Kartu As. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sig} > 0,05$ ($0,910$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
 - Ada pengaruh yang signifikan antara variabel pemeran iklan terhadap minat beli produk Kartu As. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,009$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

d. Dari *output* diperoleh bahwa setelah dilakukan perhitungan secara keseluruhan terhadap variabel independen X_1 =Kemampuan dialog, X_2 = Kemampuan akting, X_3 = pemeran iklan. Dengan memperhatikan nilai R square yaitu sebesar 0.127 atau 12.7% faktor-faktor yang dapat memprediksikan variabel minat beli konsumen dapat dijawab oleh variabel penelitian X_1 dan X_2 yaitu Kemampuan dialog dan Kemampuan akting. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat beli kartu As adalah variabel pemeran iklan. Hal ini dapat dilihat nilai regresinya paling besar yaitu 0,369, nilai uji t nya paling besar yaitu 2,681.

5.2. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat yaitu:

- Secara umum tingkat penjualan suatu produk sangat tergantung pada permintaan pasar, sedangkan permintaan pasar akan terkait erat dengan kebutuhan dan minat konsumen. Sehingga pihak perusahaan harus terus berupaya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen memilih suatu produk misalnya seperti kualitas SIM Card, posisi produk di pasar, kualitas suara, kemasan produk serta kelebihan produk dibandingkan produk lainnya yang ada di pasar sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk strategi penjualan dimasa yang akan datang.

- Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan masukan bagi penelitian yang lebih lanjut, sehingga memungkinkan untuk mengetahui faktor apa saja yang perlu ditambahkan demi memperoleh kondisi sesungguhnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.
- Peneliti berharap dengan adanya iklan kartu As yang bernuansa humor dengan pemeran Aming tidak hanya populer pada remaja saja tapi diusahakan juga populer disemua kalangan masyarakat khususnya orang dewasa sehingga iklan bernuansa humor dapat lebih dikenal dan menjadi ikon produk kartu As dikalangan remaja maupun dewasa. Hal ini secara tidak langsung dapat meningkatkan penjualan kartu As sekaligus mempopulerkan iklan bernuansa humor di kalangan masyarakat umum.

