

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dikemukakan oleh peneliti pada bab-bab sebelumnya mengenai “Pengaruh Terpaan Iklan Pond’s Versi “Men” Terhadap Minat Beli Siswa Laki-Laki Kelas 10-11 Di SMA Negeri 18 Kota Bekasi”. Maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Data dari hasil  $R^2$  (koefisien determinasi) sebesar 0,435. Artinya bahwa 43,5% variabel Minat Beli akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Terpaan Iklan (X). Sedangkan sisanya 56,5% variabel Minat Beli akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu Terpaan Iklan dengan variabel Minat Beli, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.660, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu Terpaan Iklan (X) dengan Minat Beli termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8. Hubungan antara variabel bebas yaitu Terpaan Iklan (X) dengan Minat Beli bersifat positif, artinya jika variabel bebas semakin ditingkatkan maka Minat Beli juga akan mengalami peningkatan.
3. Dari hasil pengujian hipotesis koefisien regresi variabel Terpaan Iklan (X) terhadap Minat Beli, didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,131 dan didapatkan nilai *signifikansi* sebesar 0,000. Nilai statistik uji  $t_{hitung}$  tersebut lebih besar daripada  $t_{tabel}$  ( $7,131 > 1,997$ ) dan nilai *signifikansi* lebih kecil daripada  $\alpha = 0,05$ . Pengujian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Terpaan Iklan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Beli (Y).

Sehingga, kesimpulan seluruhnya dari penelitian ini ialah data dari hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh Terpaan Iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh Terpaan Iklan terhadap variabel Minat Beli dapat diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap Terpaan Iklan, karena variabel Terpaan Iklan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Minat Beli, diantaranya yaitu dengan seringnya memunculkan iklan produk Pond's versi "*men*" di televisi sehingga Minat Beli akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas (terpaan iklan) dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Minat Beli diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.