

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian tentang hubungan terpaan iklan Terpaan Iklan Televisi (X1), Terpaan Iklan Koran (X2), Terpaan Iklan Youtube (X3), Terpaan Iklan Facebook (X4), dan Terpaan Iklan Instagram (X5) terhadap Minat Beli Produk Vivo Smartphone (Y).

4.1. Simpulan

Terdapat hubungan positif antara Terpaan Iklan Televisi (X1), Terpaan Iklan Koran (X2), Terpaan Iklan Youtube (X3), Terpaan Iklan Facebook (X4), dan Terpaan Iklan Instagram (X5) terhadap Minat Beli Produk Vivo Smartphone (Y). dengan kata lain semakin tinggi terpaan iklan Vivo yang diterima oleh masyarakat maka semakin tinggi pula minat beli. sehingga hipotesis diterima.

4.2. Saran

- Peneliti menyarankan Vivo Smartphone untuk membuat iklan dengan berbagai macam pesan sesuai segmentasi yang diinginkan, supaya menjangkau segmentasi konsumen agar mempunyai minat beli produk Vivo Smartphone.
- Konsep iklan yang digunakan dalam iklan Vivo harus ditingkatkan dalam hal kreatifitas karena berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mayoritas responden bingung dengan pesan iklan produk Vivo dan Oppo yang hampir sama.

- Vivo harus mempunyai harga yang kompetitif dalam bersaing dipasar smartphone Indonesia karena sebagian besar responden mengatakan Vivo dibandrol dengan harga yang cukup mahal bagi sebagian responden.
- Pada media instagram dan youtube lebih gencar berinovasi dalam beriklan dengan menggunakan endorser.