

BAB V

PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Iklan merupakan bagian utama dalam strategi pemasaran sebuah perusahaan. Indonesia merupakan pasar yang besar, oleh karena itu perusahaan harus menentukan strategi periklanan yang baik agar pesan dari iklan dapat diserap dengan sempurna. Iklan yang digunakan oleh Oppo pada media sudah menyajikan pesan yang sederhana, dan nuansa komedi menambah kemudahan dari khalayak untuk menyerap iklan. Jika khalayak menerima pesan iklan dengan baik, maka akan timbul pemahaman atas pesan iklan yang baik dan bisa mendorong minat beli yang merupakan tujuan utama dari iklan itu sendiri.

5.1 simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara terpapar iklan Oppo *smartphone* dengan minat beli produk Oppo, dilihat dari hasil uji Kendall's Tau-b nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,01$) dan koefisien korelasi yang bernilai 0,526. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara terpapar iklan Oppo *smartphone* dengan minat beli produk Oppo, dengan tingkat keeratan korelasi yang agak rendah.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara intensitas *word of mouth* dengan minat beli produk Oppo, hasil uji Kendall's Tau-b menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,01$) dan koefisien korelasi yang bernilai 0,499. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif

antara intensitas *word of mouth* dengan minat beli produk Oppo, dengan tingkat keeratan korelasi yang agak rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

- Terpaan iklan Oppo teruji memiliki hubungan yang positif dengan minat beli produk Oppo. Diharapkan kedepannya perusahaan Oppo membuat iklan yang mampu menonjolkan spesifikasi dan fitur yang lebih baik lagi di dalam iklan. Karena untuk saat ini spesifikasi yang mumpuni lebih sering dicari oleh para konsumen sebelum membeli sebuah *smartphone*. Iklan yang segmentasinya sesuai dengan ketentuan yang sudah ditentukan nantinya akan mampu semakin menarik minat, minat masyarakat indonesia untuk membeli produk Oppo semakin tinggi karena mereka tahu dengan harga yang terjangkau mampu mendapatkan *smartphone* dengan spesifikasi yang mumpuni pada saat ini.
- Intensitas *word of mouth* telah teruji memiliki hubungan yang positif dengan minat beli produk Oppo. Sebaiknya pihak perusahaan yang terkait mampu membuat sebuah kegiatan berupa event khusus yang melibatkan target market beraktivitas dan mendapatkan pengalaman dari kegiatan event tersebut. Kegiatan event tersebut dapat meningkatkan intensitas *word of mouth* di lingkungan konsumen. Sehingga produk Oppo akan lebih sering dibicarakan dan dikenal oleh konsumen dimana mampu meningkatkan penjualan dari produk Oppo itu sendiri.