

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti iklan televisi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli kartu seluler IM3 DI Bandar Lampung. Setiap tayangan iklan kartu seluler IM3 di televisi akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, hal ini dikarenakan iklan IM3 di televisi menarik dan membujuk konsumen untuk membeli.

Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara iklan televisi dan keputusan membeli, semakin naik nilai pada iklan televisi maka semakin meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli kartu seluler IM3. Hal ini berarti iklan televisi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli kartu seluler IM3 di Bandar Lampung. Variabel-variabel yang terdapat pada iklan kartu seluler IM3 di televisi berkorelasi kuat dengan keputusan membeli dan terdapat korelasi yang nyata antara kedua variabel. Hal ini berarti variabel-variabel yang ada pada iklan televisi IM3 berhubungan kuat dengan keputusan konsumen untuk membeli kartu seluler IM3 di Bandar Lampung.

Dari masing masing variabel diketahui variabel ilustrasi, *headline*, *signature line*, *slogan* dan *jingle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli kartu seluler IM3 di Bandar Lampung. Hal ini berarti variabel-variabel tersebut disukai oleh konsumen sehingga menimbulkan keputusan untuk membeli kartu seluler IM3.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat kelemahan-kelemahan yang terdapat pada kartu seluler IM3 terutama mengenai perpaduan warna kartu IM3 dan slogan “Murah itu IM3” agar tampilannya menjadi lebih menarik dan slogan agar sesuai dengan realita, sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli kartu seluler IM3. Karena untuk pembelian kartu seluler, konsumen cenderung membanding-bandingkan karakteristik produk dengan produk lain sebelum mengambil keputusan.
2. Penelitian ini dapat dilanjutkan dan dikembangkan lagi dengan mengukur variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Bandar Lampung selain variabel iklan televisi.