

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh Model Iklan sebagai media iklan berpengaruh positif terhadap minat membeli produk Yamaha Jupiter MX. Hal ini dapat dilihat dari nilai $R^2 = 0.473$ hal ini berarti sumbangan Subvariabel X (Kredibilitas Model Iklan, Tingkat Disukai Model Iklan, Daya Tarik Model Iklan dan Pengaruh Model Iklan) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Y (Minat Membeli) sebesar 47,3%. Sedangkan sisanya sebesar 52,7 % di pengaruhi oleh variabel lain
2. Kredibilitas Model Iklan, Tingkat Disukai Model Iklan, Daya Tarik Model Iklan, Pengaruh Model Iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Membeli Yamaha Jupiter MX.
3. Subvariabel Tingkat Disukai Model Iklan, Daya Tarik Model Iklan dan Pengaruh Model Iklan secara parsial berpengaruh signifikan sedangkan Kredibilitas Model Iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Membeli Produk Yamaha Jupiter MX di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Dari permasalahan dan hasil yang didapat berdasarkan penelitian ini, maka penulis memberikan saran :

1. Perusahaan Sebaiknya mengganti Valentino Rossi dengan model iklan yang lain karena dalam penelitian ini aspek kredibilitas Valentino Rossi tidak berpengaruh terhadap minat membeli sepeda motor Yamaha Jupiter MX.
2. Perusahaan Sebaiknya terus menjaga aspek Pengaruh-nya dalam pemilihan Model Iklan. Karena dalam penelitian ini aspek Pengaruh merupakan sumbangan pengaruh terbesar terhadap minat membeli.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti Model Iklan sebaiknya memperbanyak Variabel Independent untuk dapat lebih memperdalam manfaat dari penggunaan Model Iklan.