

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Garis kesimpulan yang bisa ditarik dari rumusan masalah, hipotesis, serta hasil penelitian didapati adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap penelitian “Pengaruh Iklan Nugget Kanzler versi Nicholas Saputra Terhadap Proses Keputusan Pembelian di Yogyakarta”. Semakin tinggi nilai dari iklan Nugget Kanzler versi Nicholas Saputra maka semakin tinggi nilai dari proses Keputusan pembelian di Kota Yogyakarta, sebaliknya juga semakin rendah nilai iklan Nugget Kanzler versi Nicholas Saputra maka semakin rendah juga nilai dari proses Keputusan pembeliannya. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi/ probabilitas (p) 0.000 yang berarti nilainya kurang dari nilai signifikansi/ probabilitas (p) <0.05. Hasil uji analisis regresi menyatakan adanya pengaruh positif & signifikan dengan begitu H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil penelitian dari kelima aspek pada variabel X atau Iklan didapati setiap aspek masuk dalam kategorisasi tinggi pada skor hipotetiknya. Kategori skor hipotetik tinggi untuk aspek variabel X terdapat pada aspek video dengan persentase skor 93%, aspek audio 85%, aspek *talent* 90%, aspek *emotional* 91%, dan aspek pesan 90%. Meski setiap aspek mempunyai nilai hipotetik tinggi tetap ada aspek yang masuk dalam interval skor hipotetik rendah yakni *talent* 1% dan *emotional* 1%.

Sama halnya dengan variabel X atau Iklan, pada variabel Y atau Proses Keputusan Pembelian juga dijumpai setiap aspeknya masuk dalam kategori interval skor hipotetik yang tinggi. Skor hipotetik tinggi untuk aspek pengenalan masalah 93%, pencarian informasi 84%, evaluasi alternatif 86%, Keputusan pembelian 94%, dan perilaku pascapembelian 96%. Namun, ada juga aspek yang di dalamnya terdapat interval skor hipotetik rendah yaitu pada aspek pencarian informasi sebesar 2%.

Hasil penelitian uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,164 menyatakan sumbangan efektif variabel iklan terhadap proses Keputusan pembelian sejumlah 16,4%. Sementara itu, 83,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, selanjutnya peneliti akan memberikan beberapa saran diantaranya:

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan Nugget Kanzler

Adapun saran bagi perusahaan Nugget Kanzler ialah mengenai peningkatan inovasi promosi sehingga dapat menarik perhatian konsumen sehingga apabila kedepannya promosi tidak menggunakan *talent* yang terkenal, masyarakat tetap dapat menikmati iklan Nugget Kanzler dan tentu lebih banyak membeli produknya. Minat konsumen menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan Nugget Kanzler agar dapat mengeluarkan inovasi untuk promosi dalam

bentuk lain yang bisa meningkatkan *engagement* atau aktivitas interaktif antara calon konsumen maupun konsumen untuk meningkatkan proses Keputusan pembelian terhadap produk yang diiklankan.

5.2.2 Saran Praktis Bagi Peneliti

Saran bagi peneliti diharapkan dapat meningkatkan serta mengembangkan sampel sehingga penelitian ini dapat menjangkau responden lebih luas lagi. Saran lain untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti factor-faktor lain dalam iklan yang bisa memengaruhi keputusan pembelian lainnya yang belum diuji pada penelitian ini.