

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada variabel X yakni pada Iklan televisi sebagian besar responden menjawab “sangat setuju” dan “setuju”. Sedangkan dimensi paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju dan setuju adalah pada dimensi colour dengan pernyataan “perpaduan warna dan tulisan pada aplikasi halodoc sudah sangat serasi dalam penempatan warna dan tulisan”, dan memiliki mean tertinggi sebesar 3,36.
2. Pada variabel Y yakni pada keputusan penggunaan aplikasi sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju. Sedangkan dimensi yang paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju yakni pada dimensi “*purchese decision*(keputusan penggunaan)” dengan pernyataan “Setelah memutuskan produk mana yang digunakan konsumen langsung menggunakan aplikasi tersebut karna berdasarkan kebutuhan konsumen” dengan nilai mean tertinggi sebesar 3,41.
3. Terdapat pengaruh bedasarkan uji t antara pengaruh iklan televisi terhadap keputusan penggunaan aplikasi halodoc sebesar 0,630 atau 63,0 % yang dimana pada artinya, ada pengaruh Iklan televisi terhadap Keputusan penggunaan aplikasi halodoc.

B. Saran

1. Dari semua indikator yang dilayangkan pada penelitian variabel X ini, terdapat indicator yang paling lemah dengan nilai rata rata 3,03 dengan isi pernyataan “Tulisan “dokternya asli kok” pada video iklan tersampaikan dengan jelas”. Maka diharapkan bagi aplikasi halodoc untuk melakukan pembenahan serta evaluasi dalam penulisan tagline.
2. Dan pada veriabel Y ini terdapat indikator yang paling lemah dengan nilai rata-rata 3,20 dengan isi pernyataan “Produk aplikasi halodoc sudah

melakukan rebranding terhadap produk mereka supaya masyarakat mengenal aplikasi kesehatan tersebut melalui iklan” Maka diharapkan bagi aplikasi halodoc untuk melakukan pembenahan serta evaluasi dalam merebranding terhadap produk aplikasi haodoc.

