

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada, maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut

1. dilihat dari dimensi Kreativitas Iklan Bibit.id di Tiktok cukup baik dikarenakan rata-rata keseluruhan dimensi mendapat skor 3,188. Dan dimensi yang tertinggi terdapat pada dimensi relevansi iklan dengan nilai rata-rata 3,232 dan terendah pada dimensi Tema Iklan dengan keseluruhan rata-rata 3,115.
2. Pada dimensi Keputusan Pembelian cukup baik dikarenakan rata-rata keseluruhan dimensi mendapat skor 3,172. Dan dimensi yang tertinggi terdapat pada dimensi Perilaku Pembelian dengan nilai rata-rata 3,233. Dengan dimensi yang terendah terdapat pada dimensi pencarian informasi dengan nilai rata-rata 3,1240.
3. Terdapat pengaruh yang kuat antara Kreativitas Iklan Bibit.id di Tiktok terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bibit.id. Berdasarkan hasil perhitungan dari data penelitian ini didapat bahwa nilai nilai thitung (3,919) dan ttabel (1,665) sesuai dengan karakteristik pengujian hipotesis, apabila thitung lebih besar ttabel maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kreativitas Iklan (X) dengan Keputusan pembelian (Y). dan juga terdapat data dari perhitungan uji regresi linear sederhana di peroleh koefisien korelasi sebesar 0,723 yang berarti hubungan atau korelasi antara variabel Kreativitas iklan berpengaruh tinggi atau kuat. selanjutnya perolehan nilai koefisien determinasi sebesar 0,505 atau dapat dikatakan pengaruh variabel X (Kreativitas Iklan) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 50,5% dan sisa 49,5% dipengaruhi oleh factor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan dari pengkajian hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan rekomendasi atau sebuah saran yang dapat bermanfaat bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya, yaitu:

Dalam pembahasan penelitian kali ini Kreativitas Iklan Bibit.id memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian. Namun, ada beberapa hal yang harus dapat ditingkatkan dan dievaluasi terkait kreativitas iklan dimensi tema iklan. Dimensi tema iklan menjadi dimensi yang rendah diantara dimensi lainnya pada indikator pernyataan X7 “Dapat dengan Mudah Mengingat Iklan Bibit.id Versi Investasi Bareng Deddy Corbuzier” mendapatkan skor terendah diantara yang lain dengan rata-rata 3,03 dengan responden yang tidak setuju sebanyak 21,1%. Maka dengan hal tersebut, kedepannya Bibit.id lebih membuat iklan yang mudah diingat dan masuk kedalam benak *audience* yang menonton Iklan Bibit.id versi Investasi Bareng Deddy Corbuzier.