

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* versi *Color Up Your Life* di Televisi Terhadap Minat Beli, Survey Pada *Followers* Akun Instagram @yamahaindonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Daya Tarik Iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* terhadap Minat Beli dan seberapa signifikan antara kedua variabel.

Adapun hasil dan pembahasan dari penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Pada variabel X (Daya Tarik Iklan) rata – rata responden memberikan jawaban dengan baik (setuju). Hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi variabel X yang memiliki rata – rata 3,20. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) Daya Tarik Iklan pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X8 dengan pernyataan “Yamaha Fazzio Hybrid-Connected merupakan kendaraan sepeda motor yang cocok untuk generasi muda” yaitu sebesar 3,29 (tabel 4.34) karena sepeda motor Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* mempunyai desain simple dan warna modern menjadikan motor *fashionable* dan juga dilengkapi teknologi canggih seperti aplikasi Y-Connect sehingga cocok dengan generasi muda.
2. Pada variabel Minat Beli rata – rata responden memberikan jawaban dengan baik (setuju). Hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi variabel Y yang memiliki rata – rata sebesar 3,12. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) Minat Beli pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y15 sebesar 3,4 dimana dengan pernyataan “Saya akan mencari informasi mengenai desain dari Yamaha Fazzio Hybrid-Connected sebelum melakukan pembelian” dimana calon konsumen dari produk Yamaha

mempunyai minat dengan mencari informasi-informasi seperti artikel, berita yang bersangkutan dengan Yamaha Fazzio Hybrid-Connected tersebut.

3. Terdapat pengaruh yang kuat antara Daya Tarik Iklan dan Minat Beli. Berdasarkan hasil perhitungan dari data penelitian ini didapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  18,474 yang dimana lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2,374. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara Daya Tarik Iklan Yamaha Fazzio Hybrid-Connected terhadap Minat Beli. Terdapat data dari koefisien determinasi menunjukkan angka persamaan tersebut yaitu 81,1%, sementara sisanya 18,9% dipengaruhi faktor lain diluar variabel penelitian.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Iklan Yamaha Fazzio Hybrid-Connected versi Color Up Your Life di Televisi Terhadap Minat Beli” maka disarankan brand Yamaha khususnya produk Fazzio *Hybrid-Connected* untuk membuat iklan yang lebih unik, menarik, dan mudah diingat daripada saingannya seperti memanfaatkan tren yang viral tetapi iklannya tetap relevan dengan produk Yamaha Fazzio dan bisa juga berkolaborasi dengan *influencer* otomotif terkenal agar Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* bisa menjadi pilihan konsumen saat ingin membeli kendaraan motor. Saran ini didasari indikator yang paling lemah yaitu dari variabel Y (Minat Beli) dengan nilai rata-rata 2,71 pada pernyataan nomor 9 (Y9) menyatakan tidak setuju dengan pernyataan “Yamaha Fazzio Hybrid-Connected menjadi pilihan saya saat membeli kendaraan roda dua/ motor”.