

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis, analisis dan pembahasan hasil penelitian, maka simpulannya sebagai berikut :

1. Daya Tarik iklan rasional (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y)
2. Daya Tarik iklan humor (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y)
3. Daya Tarik iklan rasional (X1) dan daya Tarik iklan humor (X2) secara bersama sama berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y)

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian tentang Pengaruh Daya Tarik iklan rasional dan daya Tarik iklan humor Terhadap Keputusan pembelian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada Ramayana Departemen store adalah:

1. Terdapat pengaruh signifikan dari daya Tarik iklan rasional terhadap keputusan pembelian agar lebih menarik perhatian masyarakat .
2. Terdapat pengaruh signifikan dari daya Tarik iklan humor terhadap Keputusan pembelian maka disarankan agar perusahaan dalam pemasaran lebih memiliki ide dan kreatifitas yang tinggi.
3. Penelitian ini menunjukkan hasil adanya pengaruh daya Tarik iklan rasional dan daya Tarik iklan humor terhadap Keputusan pembelian agar tetap mempertahankan dan mengembangkan ide-ide yang lebih kreatif dan menarik perhatian pelanggan.