BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari data yang sudah ada pada analisis di bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah melakukan penelitian dengan menggunakan teknik penelitian survey dan menggunakan angket, dan berdasarkan analisa tentang pengaruh iklan televisi Sarimi versi Aliando Syarief terhadap keputusan membeli produk oleh fans club Alicious di Kota Surabaya dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh iklan televisi Sarimi versi Aliando Syarief terhadap keputusan membeli produk oleh fans club Alicious di Kota Surabaya. Dengan melihat hasil dari $r_{hitung} < r_{tabel} = 1,528 < 2,069$.
2. Tingkat pengaruh yang dihasilkan melalui perhitungan koefisien determinasi menggunakan analisis regresi linier sederhana adalah sebesar 10,2%. Selanjutnya hasil dari perhitungan tersebut disesuaikan dengan melihat tabel interprestasi nilai r sebesar 0,320, maka hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh iklan televisi Sarimi versi Aliando Syarief terhadap keputusan membeli produk oleh fans club Alicious di Kota Surabaya bernilai rendah, karena berada pada interval 0,200 – 0,399.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rekomendasi

Berdasarkan simpulan yang didapat dari penelitian, maka dibawah ini diajukan rekomendasi-rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Program Studi

   Hasil penelitian ini merupakan usaha dan kerja keras peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa, di mana tugas akhir ini berupa skripsi yang nantinya diujikan untuk mendapatkan gelar S-1. Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi sumbangsih pemikiran dalam mengembangkan keilmuan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, khususnya Prodi Ilmu Komunikasi. Dengan adanya sebuah hasil dari penelitian itulah kita bisa tahu di mana letak kekurangan dan keterbatasan diri, tetapi dengan kerja keras penelitian ini diartikan sebagai rasa tanggung jawab mahasiswa tingkat akhir. Untuk itu peneliti sangat berterima kasih kepada Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan kesempatan untuk bisa melaksanakan tanggung jawab yang besar.

2. Bagi Instansi Terkait

   a. Untuk Produsen

      Memperhatikan kualitas produk agar tetap aman untuk dikonsumsi oleh semua orang. Selanjutnya dalam pemelihan artis sebagai *brand ambassador* juga perlu diperhatikan secara khusus dalam memperkenalkan serta meningkatkan produk.

   b. Untuk Konsumen

      Sebaiknya tetap berhati-hati dalam memilih produk mi instan dengan kemasan plastik yang baru dan siap saji ataupun produk lain yang cepat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saji atau instan. Jadi, sebagai konsumen yang baik harus jeli dan teliti dalam memilih produk makanan cepat saji dan jangan termakan iklan televisi yang dikemas semenarik mungkin dan sedemikian rupa bagusnnya dengan pemilihan artis sebagai *brand ambassador* produk yang nantinya akan dapat mempengaruhi konsumen.

3. Bagi Fans Club "Alicious" Surabaya

   Alicious sebuah club yang mengidolakan Aliando Syarief harus tetap menjaga keharmonisan dengan idolanya atau sesame anggota club. Selain itu, fans club Alicious juga harus menjaga kekompakan dan loyalitas mereka dengan komunitas fans club Alicious untuk menjalin hubungan baik sehingga keterikatan anggota dengan Aliando Syarief akan sangat kuat.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dan mengkaji keilmuan komunikasi terkait tentang keputusan membeli yang disebabkan oleh *brand ambassador*, dalam hal ini Aliando Syarief sebagai *brand ambassador* dalam iklan Sarimi terhadap keputusan membeli oleh fans club Alicious di Kota Surabaya kemudian melihat faktor-faktor apa yang mempunyai pengaruh dan variabel mana yang cocok untuk diteliti dan diharapkan sebelumnya mengadakan survei untuk menyesuaikan variabel yang cocok untuk diteliti dan kemudian penggalian data secara mendalam untuk data yang lebih konkrit dan akurat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id