

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

Dari pernyataan elemen-elemen minat beli, menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian setuju tentang minat beli Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisisp Untag Surabaya.

Untuk persamaan regresi linier sederhana yang dianalisa dengan menggunakan rumus $Y = a+bX$ / $Y = 0,313+ 0.913X$, Berdasarkan hasil perhitungan dari program aplikasi SPSS diperoleh nilai koefisien untuk nilai X yaitu 0,913, artinya apabila tayangan iklan Pemutih Garnier di televisi meningkat sebesar 1 % maka akan meningkatkan minat beli siswi jurusan tata kecantikan sebesar 0,913 %. Persamaan regresi tersebut menunjukkan koefisien regresi bertanda positif (+). Dimana hal ini berarti bahwa iklan pemutih Garnier yang ditayangkan televisi berpengaruh terhadap minat beli Mahasiswi Ilmu Komunikasi Untag Surabaya.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai R² sebesar 0,943. berarti hubungan keeratan antara variabel X (iklan pemutih Garnier) dan variabel (minat beli) cukup tinggi Artinya 94,3 % variabel minat beli Mahasisw Fisisp Ilmu Komunikasi Surabaya ditentukan oleh variabel bebas

yaitu iklan Pemutih Garnier yang ditayangkan di Televisi. Sedangkan 5.7 % dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

Mengingat keberadaan pemutih Garnier mudah didapat, sebaiknya iklan pemutih Garnier di televisi lebih dikemas menarik agar konsumen tidak berpindah ke merek yang lain.

Dari hasil nilai korelasi maupun kontribusi yang diberikan oleh iklan pemutih Garnier di televisi terhadap minat beli Oleh Mahasiswi Ilmu Komunikasi fisip Untag Surabaya menunjukkan bahwa masih diperlukan adanya penelitian lanjutan bagi peneliti yang lain, untuk meneliti variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.