

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti setelah melakukan kajian teoritik maupun analisis data, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pandangan iklan terhadap minat beli konsumen perspektif seseorang dalam menilai tingkat popularitas sebuah aktor dalam mempromosikan sebuah produk, maka konsumen akan memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan penjualan pupuk di CV. Ramayana Kota Metro.
2. Kredibilitas iklan memiliki pengaruh dengan minat beli konsumen, dengan artian bahwa kemampuan yang dipunyai seseorang dapat menimbulkan rasa tertarik pada dirinya atas kebenaran apa yang telah disampaikannya sehingga dapat memberikan dorongan konsumen dalam minat beli pupuk di CV. Ramayana Kota Metro.
3. Daya tarik iklan memiliki pengaruh dengan minat beli konsumen dengan artian aktor melakukan persentasi produk terhadap konsumen dan konsumen merasa penasaran sehingga tertarik lebih jauh dengan produk yang di persentasikan dan dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam minat belinya.
4. Kekuatan iklan juga memiliki peran terhadap minat beli konsumen artinya kekuasaan seseorang yang dapat menimbulkan pengaruh yang kuat terhadap produk yang diiklankan akan berdampak signifikan dengan iklan yang ditawarkan sehingga meningkatkan minat beli konsumen.
5. Pandangan iklan, kredibilitas iklan, daya tarik iklan, kekuatan iklan terhadap minat beli konsumen di CV. Ramayanan Kota Metro. Artinya keempat variabel bebas tersebut mempunyai peran penting dalam memberikan keputusan kepada konsumen untuk minat beli produk pupuk di CV. Ramayana Kota Metro dengan adanya kontribusi tersebut agar dapat meningkatkan laba pada penjualannya.

B. Saran

Maka saran yang dapat penulis sampaikan adalah:

1. Agar pandangan iklan tetap exis, maka langkah yang harus dilakukan adalah dengan menambahkan ide dan varian packing agar mata konsumen dalam melihat produk tersebut terlihat berbeda.
2. Agar kredibilitas iklan dapat konsisten, maka dalam mempromosikan iklan tetap konsisten dengan produk yang dijualnya.
3. Perspektif daya tarik iklan dapat meningkat, dalam memilih aktor iklan lebih condong sedikit cerdas dalam menyampaikan konteks produk apa yang dijualnya.
4. Kekuatan iklan agar dapat meningkat, maka yang harus dilakukan adalah melihat pangsa pasar disekitar dan memberikan inovasi baru yang lebih menarik.