

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh iklan *online* dan *online customer review* terhadap minat beli *Smartphone* Samsung, maka diperoleh beberapa kesimpulan di bawah ini.

1. Mahasiswa merespon dengan baik dan positif terhadap tayangan iklan *online* yang dilakukan oleh *Smartphone* Samsung pada media sosial Youtube.
2. Mahasiswa menunjukkan perilaku yang positif dan tertarik terhadap adanya video *online customer review* yang ada pada media sosial Youtube.
3. Mahasiswa memiliki minat beli yang kuat terhadap *Smartphone* Samsung berdasarkan informasi yang sudah didapat melalui iklan *online* dan *online customer review* pada media sosial Youtube.
4. Iklan *online* yang dilakukan oleh *Smartphone* Samsung berpengaruh positif sebesar 36,48% dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa pada *Smartphone* Samsung.
5. *Online customer review* yang dilakukan oleh pelanggan *Smartphone* Samsung berpengaruh positif sebesar 57,01% dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa pada *Smartphone* Samsung.
6. Iklan *online* dan *online customer review* berpengaruh positif sebesar 57,20% dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa pada *Smartphone* Samsung.

5.2 Saran

1. Untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap penayangan iklan online yang dilakukan Samsung, sebaiknya perlu adanya evaluasi dalam waktu penayangan agar lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan tetap menjaga kenyamanan konsumen.
2. Untuk memperluas sumber informasi yang dibutuhkan konsumen terhadap produk Samsung, sebaiknya Perusahaan Samsung dapat menjadikan penayangan *online customer review* sebagai peluang untuk menyampaikan

pesan secara tidak langsung selain melakukan periklanan. Maka, penting adanya untuk memperhatikan bagaimana feedback yang di sampaikan oleh konsumen terhadap produk yang telah di beli.

3. Untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap *Smartphone* Samsung, sebaiknya perlu adanya pendekatan lebih jauh dalam menyampaikan sebuah pesan mengenai produk melalui media online agar konsumen memiliki lebih banyak sumber informasi.
4. Untuk meningkatkan minat beli konsumen, sebaiknya Perusahaan Samsung meningkatkan performa dan kualitas iklan yang di tayangkan agar minat beli yang timbul lebih besar.
5. Untuk meningkatkan minat beli konsumen, sebaiknya Perusahaan Samsung meningkatkan kualitas produk dan terus melakukan inovasi agar feedback yang di sampaikan dalam *online customer review* dapat meningkatkan minat kosnumen dalam membeli produk Samsung.
6. Untuk meningkatkan minat beli konsumen, sebaiknya perusahaan perlu memperhatikan berbagai aspek dalam penyampaian informasi mengenai produk baik secara input (iklan *online*) maupun output (*online customer review*). Agar informasi yang di dapat oleh konsumen dapat di terima dengan baik dan menimbulkan minat beli pada *Samrtphone* Samsung.