KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Melalui penelitian ini, dapat dilihat bahwa media sosial *Twitter* telah menjadi suatu bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Selain untuk berkomunikasi dengan sesama, *Twitter* juga bermanfaat untuk memperoleh informasi mengenai produk-produk tertentu seperti *The Face Shop Indonesia*.

Dengan melihat pesan iklan *The Face Shop Indonesia* pada *Twitter*, sebagian besar mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie menjadi terpengaruh sehingga memutuskan untuk membeli produk tersebut. Dari hasil penelitian maka peneliti menolak H0 dan menerima Ha, yang artinya ada pengaruh pesan iklan *The Face Shop Indonesia* melalui *Twitter* terhadap keputusan pembelian mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2010-2013.

Hasil penelitian yang diperoleh menyimpulkan bahwa pesan iklan *The Face Shop Indonesia* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2010-2013 di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa rata-rata responden memiliki respon positif terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian.

B. Saran

1. Saran Akademis :

Penelitian ini bagi mahasiswa / i ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pesan iklan yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian khalayak yang melihat pesan iklan tersebut. Peneliti juga mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama.

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar peneliti berikutnya memahami terlebih dahulu topik yang ingin diteliti. Selain itu, bagi peneliti yang ingin menggunakan metode penelitian kuantitatif seperti pada penelitian ini, disarankan untuk menguasai program-program pengolahan data yang dapat memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

2. Saran Praktis :

a. Mempertahankan serta meningkatkan kualitas pesan iklan *The Face Shop Indonesia* melalui *Twitter* secara berkelanjutan.

b. Memaksimalkan fungsi *twitter* untuk menyebarkan pesan-pesan iklan mengenai produk *The Face Shop*.

c. Memanfaatkan *twitter* sebagai media beriklan baru dengan membuat inovasi dan mengembangkan kreativitas agar beriklan melalui *twitter* dapat menarik perhatian khalayak. Sehingga keputusan pembelian khalayak terhadap produk dapat terus meningkat.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS