

## Bab V

### PENUTUP



Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan mengenai iklan media luar ruang “OVO” terhadap minat beli kopi “Janji Jiwa” ITC Cempaka Mas adalah sebagai berikut:

- (1) Hasil perhitungan terakhir dari variabel X (iklan media luar ruang) adalah 4.0871 yang membuktikan bahwa responden setuju terhadap adanya iklan media luar ruang “OVO” yang berpengaruh dalam outlet kopi “Janji Jiwa” di ITC Cempaka Mas
- (2) Hasil perhitungan terakhir dari variabel Y (minat beli) adalah 4.0869 yang membuktikan bahwa responden setuju terhadap adanya iklan media luar ruang “OVO” yang berpengaruh dalam menumbuhkan minat beli pada outlet kopi “Janji Jiwa” di ITC Cempaka Mas
- (3) Kesimpulan dari hasil perhitungan analisis korelasi antara variabel X dan Y menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,167 hal ini tergolong hubungan sangat rendah, artinya iklan media luar ruang bukan satu – satunya atau mendominasi minat beli di outlet kopi “Janji Jiwa” ITC Cempaka Mas
- (4) Nilai rata – rata untuk kedelapan dimensi adalah 4 hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat setuju terhadap kedelapan dimensi dari iklan media luar ruang dan minat beli





(5) dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel  $x > t_{tabel}$  ( $4.878 > 1.67155$ ) dan nilai  $t_{hitung}$  variabel  $y > t_{tabel}$  ( $3.527 > 1.67155$ ). sehingga hipotesis yang berlaku adalah  $H_a$ , berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu iklan media luar ruang terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

Maka berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa responden memiliki minat beli kopi “Janji Jiwa” karena adanya iklan media luar ruang “OVO”. Para responden memiliki minat beli karena iklan media luar ruang “OVO” mudah dikenali oleh responden. Iklan media luar ruang “OVO” sendiri menggunakan warna ungu dimana tidak ada lagi dompet digital yang menggunakan warna ungu.

Namun dari hasil analisis korelasi peneliti menemukan bahwa nilai korelasi antara variabel  $x$  yaitu iklan media luar ruang dan variabel  $y$  yaitu minat beli memiliki hubungan yang rendah. Dengan kata lain iklan media luar ruang bukan satu – satu nya yang mendominasi minat beli di outlet kopi “Janji Jiwa” ITC Cempaka Mas

## B. Saran

### 1. Saran Praktis

1. Peneliti menyarankan bagi outlet kopi “Janji Jiwa” untuk menempatkan iklan media luar ruang ditempat yang lebih mudah dilihat oleh orang yang lalu lalang
2. Peneliti juga menyarankan bagi outlet kopi “Janji Jiwa” untuk menginformasikan metode pembayaran menggunakan dompet digital yang digunakan

