

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil pengaruh Iklan Terhadap Perilaku Konsumen *Smartphone* Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, maka penulis menarik simpulan sebagai berikut:

1. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen *smartphone* oppo pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri medan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat iklan yang dirasakan konsumen *smartphone* oppo pada mahasiswa fakultas ekonomi unimed maka perilaku konsumen positif akan semakin meningkat.
2. Dari hasil jawaban responden melalui kuisioner yang telah dibagikan, hasil menunjukkan bahwa media iklan di Television memiliki skor lebih besar dibandingkan media iklan lainnya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas dan analisa diatas, maka saran peneliti biasa diberikan sebagai berikut, yaitu:

1. Iklan *handphone smartphone* oppo harus lebih ditingkatkan lagi kreatifitas dalam menarik simpati gaya hidup konsumen. Dan waktu tayang yang ditampilkan harus lebih tepat lagi waktunya sehingga konsumen menjadi ingat dan ingin membelinya. Karena berdasarkan penelitian iklan berpengaruh terhadap perilaku konsumen.