

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan tentang “Analisis Pengaruh Pesan Iklan Televisi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sabun Deterjen Rinso Pada Masyarakat Kelurahan Merjosari RW 12 Kecamatan Lowokwaru Malang”, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pesan iklan televisi yang terdiri dari isi, format dan sumber pesan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sabun deterjen Rinso pada masyarakat Kelurahan Merjosari RW 12, Kecamatan Lowokwaru Malang.
2. Pesan iklan televisi yang terdiri dari isi, format dan sumber pesan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sabun deterjen Rinso pada masyarakat Kelurahan Merjosari RW 12, Kecamatan Lowokwaru Malang.
3. Variabel pesan iklan televisi sumber pesan berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sabun deterjen Rinso pada masyarakat kelurahan Merjosari RW 12, kecamatan Lowokwaru Malang.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran-saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Saran untuk Unilever
  - a. Sebaiknya Unilever sebagai perusahaan sabun deterjen Rinso menggunakan *endorser* yang terkenal yang memiliki kredibilitas tinggi dan mempunyai

pengetahuan khusus yang dimiliki sumber pesan untuk mendukung pesan yang disampaikan.

- b. Sebaiknya Unilever dalam membuat iklan, harus lebih mengutamakan isi pesan serta penyampaiannya harus singkat dan komunikatif sehingga mudah dipahami dan konsumen dapat menerima dengan jelas makna dari iklan tersebut.

## 2. Saran untuk konsumen

Diharapkan konsumen lebih selektif dalam memilih produk, karena konsumen ingin mencari manfaat dari sebuah produk.

## 3. Saran untuk peneliti

Disarankan peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sabun deterjen Rinso diantaranya dari segi harga, kualitas produk, kemasan maupun distribusi.