

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data dan interpretasi dari penelitian yang berjudul Hubungan Terpaan Iklan Televisi Produk REVLON Dengan Motivasi Konsumen Wanita Dalam Melakukan Pembelian Produk di Mall Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Motif Patronage menjadi motif yang memiliki nilai *mean* paling besar yaitu 2,81.
2. Terdapat hubungan antara Terpaan Iklan Revlon dengan motivasi pembelian konsumen.
3. Arah hubungan terpaan iklan Revlon dengan motivasi pembelian konsumen adalah positif.
4. Keeratan hubungan terpaan iklan Revlon dengan motivasi pembelian konsumen adalah lemah.

V.2. Saran

Beberapa saran dan masukan untuk penelitian serupa atau penelitian lain yang sedang atau akan dilakukan:

1. Untuk penelitian selanjutnya, karena keeratan yang didapat bersifat lemah gunakan indikator lain dalam melakukan

penelitian seperti mencari motivasi lain baik internal dari konsumen.

