BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas simpulan dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dan saran yang merupakan suatu usulan atau anjuran yang diberikan sebagai jalan keluar untuk mengatasi permasalahan yang terjadi. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Adapun kelemahan yang terdapat dalam penelitian ini, beberapa kelemahan sebagai berikut :

1. Beberapa item pernyataan dalam kuesioner penelitian terutama pada variabel empathy dan keputusan pembelian belum tepat dan belum menjelaskan nilai dari variabel itu sendiri.
2. Dalam penyebaran kuesioner belum menggunakan media atau sarana (seperti laptop) untuk menampilkan iklannya sehingga membuat konsumen harus mengingat-ingat iklan Pocari Sweat versi JKT 48 itu sendiri.
3. Jumlah responden belum bisa menggambarkan kondisi riil yang sesungguhnya

Setelah melihat kelemahan dalam penelitian ini, maka ditarik simpulan dan saran yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

A. Simpulan

Dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya didapatkan 2 (dua) simpulan, adalah sebagai berikut :

1. Dari EPIC Model

Dari hasil analisis dengan menggunakan EPIC Model berdasarkan keempat variabel EPIC yaitu *Empathy, Persuasion, Impact* dan *Communication*, maka efektifitas iklan dari keempat variabel didapatkan hasil bahwa variabel *Impact* menjadi variabel yang paling dominan diantara variabel lainnya. Perusahaan dapat mempertahankan faktor yang dominan ini dalam upaya mempertahankan efektifitas iklannya.

2. Dari Analisis Regresi Berganda

Analisis dengan menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel edukasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk minuman isotonik Pocari Sweat dengan versi "JKT 48". Sedangkan variabel dari *empathy, persuasion, impact* dan *communication* tidak berpengaruh secara signifikan dan positif.

Kemudian berdasarkan pada pengujian dengan melakukan uji t dan uji F menyatakan bahwa variabel edukasi yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

B. SARAN

Berdasarkan simpulan dan dari kelemahan yang terdapat dalam penelitian ini, maka adapun beberapa saran-saran yang sekiranya bermanfaat untuk penelitian dimasa yang akan datang, yaitu :

1. Beberapa indikator dalam penelitian yang kurang lengkap sehingga untuk penelitian yang selanjutnya untuk diperhatikan indikator-indikator dalam penelitian pada saat penyebaran kuesioner.
2. Sebagai peneliti sebaiknya lebih menjelaskan kaitan yang lebih lengkap antara hubungan iklan dan edukasi agar pembaca lebih mengetahui dan dapat memahami lebih jelas mengenai penelitian ini dan pembaca mendapatkan pengetahuan baru.
3. Komunikasi (*communication*) merupakan variabel yang sangat penting dalam proses periklanan dengan menggunakan pesan edukasi, maka dari itu komunikasi yang baik dapat membantu agar pesan yang ingin disampaikan dalam iklan dapat tepat sasaran pada konsumen yang dituju.