



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh daya tarik iklan terhadap kesadaran diri membuang sampah bagi para pelanggan Cinema XXI. Untuk menjawab penelitian tersebut, peneliti melakukan analisis data yang telah didapatkan melalui 100 responden yang disebarakan kepada pelanggan Cinema XXI dan akan dipaparkan sebagai berikut.

Hasil uji korelasi kedua variabel sebesar 0,562 (56.2%), yang berarti kedua variabel memiliki hubungan positif yang sedang. Dapat disimpulkan berdasarkan uji korelasi antara variabel daya tarik iklan (X) dan kesadaran diri (Y) memiliki hubungan yang sedang.

1. Hasil uji ANOVA pada penelitian ini mengatakan bahwa variabel daya tarik iklan (X) memberikan pengaruh terhadap kesadaran diri (Y) pelanggan Cinema XXI. Dengan nilai Sig. adalah 0,000. Nilai dapat dikatakan signifikan, karena berada di bawah angka 0,05 ($< 0,05$).
2. Hasil uji regresi mengatakan bahwa variabel daya tarik iklan (X) memiliki kontribusi terhadap variabel kesadaran diri (Y) sebesar 0,316 (31.6%) yang berarti hubungan positif yang sedang. Hal tersebut berarti terdapat 68.4% faktor lainnya yang mempengaruhi di pembahasan penelitian ini.

5.2 Saran

Melalui hasil simpulan dari penelitian, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti:

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat meneliti berbagai macam jenis iklan layanan masyarakat lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan edukasi atau meningkatkan kesadaran kepada khalayak.

5.2.2 Saran Praktis

Membuat iklan yang bertujuan mengedukasi dan memberikan kesadaran dikemas dengan lebih unik lagi, agar iklan yang sudah dilihat oleh khalayak dapat memberikan memori khusus dibenak khalayak. Selain itu penyampaian pesan juga harus lebih di perhatikan lagi, agar pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak dapat diterima dengan jelas oleh khalayak.