

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti Bab IV dapat disimpulkan bahwa iklan televisi aplikasi *ruangguru* yang menggunakan *celebrity endorsement* termasuk dalam katagori positif. Sedangkan untuk Persepsi pada siswa kelas XII SMA Negeri 14 Palembang dalam positif karena jawabanya pertanyaan setuju dan sangat setuju mencapai 73%.

Hasil perhitungan regresi liner sederhana SPSS 22 antara iklan televisi aplikasi *ruangguru* yang menggunakan *celebrity endorsement* (X) terhadap persepsi pada siswa kelas XII SMA Negeri 14 Palembang (Y), di peroleh nilai $t = 3,575$, nilai signifikasinya sebesar 0,001. Artinya ada pengaruh yang signifikasi antara variabel X dan Y. Selanjutnya, hasil besarnya hubungan antara dua variabel diperoleh nilai *R square* 0,654 (65,4%). Artinya hubungan antara dua variabel kuat. Kemudian jika dilihat dari hasil uji t di peroleh nilai t hitung sebesar $t = 10,831 > 1,991$ dengan signifikasi, maka H_1 diterima dengan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara *Persepsi Siswa SMA Negeri 14 Palembang Terhadap Iklan Televisi Tentang Aplikasi Ruangguru*.

B. Saran

Berdarakan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran yaitu:

1. Untuk pihak perusahaan disarankan untuk meningkatkan kegiatan promosi aplikasi *ruangguru* dengan lebih aktif berpromosi di berbagai media sosial, membuat promosi

penjualan yang lebih menarik. Sehingga variabel promosi tetap berpengaruh signifikan terhadap persepsi siswa pada aplikasi *ruangguru* di SMA.

2. Bagi Responden, diharapkan masyarakat lebih selektif dalam memilih aplikasi yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan baik melalui iklan televisi atau media lainnya.
3. Diharapkan karya tulis ini dapat dijadikan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang serupa mengenai aplikasi *ruangguru*.