

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap skeptisme remaja pada iklan televisi, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel independen yaitu pengetahuan taktik memasang iklan, penghargaan diri, kerentanan konsumen dan pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap skeptisme remaja pada iklan televisi.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan taktik memasang iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap skeptisme remaja pada iklan televisi.
3. Variabel penghargaan diri secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap skeptisme remaja pada iklan televisi.
4. Variabel kerentanan konsumen secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap skeptisme remaja pada iklan televisi.
5. Variabel pengetahuan produk secara parsial berpengaruh positif signifikan

B. Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan pada siswa-siswi SMU BOPKRI dan SMU Muhammadiyah 3 di Yogyakarta, sehingga hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk menggambarkan perilaku konsumen secara umum.
2. Penelitian ini menggunakan hanya kuisioner sebagai alat pengumpulan data, akan lebih akurat apabila menggunakan wawancara khusus secara lebih mendalam.

C. Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penghargaan diri, ketentuan konsumen dan pengetahuan produk berpengaruh terhadap sekeptisme remaja, bagi perusahaan hal ini dapat digunakan untuk membuat media periklanan yang lebih efektif, sehingga mengurangi skeptisme remaja.
2. Hasil penelitian menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,322, hal ini