

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, yaitu untuk menganalisis persepsi mengganggu tujuan, persepsi kekacauan iklan dan pengalaman masa lalu yang negative terhadap perilaku penghindaran iklan pada situs Youtube oleh pengakses situs Youtube, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel persepsi mengganggu tujuan, persepsi kekacauan iklan dan pengalaman masa lalu yang negative berpengaruh secara simultan terhadap perilaku penghindaran iklan pada situs Youtube oleh pengakses situs Youtube.
2. Variabel persepsi mengganggu tujuan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penghindaran iklan pada situs Youtube oleh pengakses situs Youtube.
3. Variabel persepsi kekacauan iklan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku penghindaran iklan pada situs Youtube oleh pengakses situs Youtube.
4. Variabel pengalaman masa lalu yang negative berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku penghindaran iklan pada situs Youtube oleh pengakses situs Youtube.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yaitu :

1. Penelitian ini terbatas hanya pada satu objek yaitu situs media social berbagi video yaitu Youtube. Seperti yang kita ketahui situs media social berbagi video

tidak hanya Youtube, serta seiring berkembangnya era digital maka tidak menutup kemungkinan bahwa akan ada beberapa situs media social berbagi video seperti Youtube.

2. Responden dalam penelitian ini juga masih dinilai terbatas karena hanya rekan-rekan mahasiswa dan mahasiswi yang sedang melaksanakan studi di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang diberikan pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan agar menambah ruang lingkup objek, artinya penelitian selanjutnya menambahkan situs media social lainnya maupun situs berbagi video lainnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan agar menambahkan sample penelitian agar sample yang didapat lebih bervariasi.
3. Penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel indepen selain persepsi mengganggu tujuan, persepsi kekacauan iklan dan pengalaman masa lalu yang negative yang memiliki inidikasi sebagai factor factor penghindaran iklan.
4. Iklan pada situs Youtube walaupun sudah dikemas secara menarik agar dipertimbangkan ulang untuk menempatkan iklan tersebut agar tidak mengganggu para pengakses situs Youtube dalam menikmati situs Youtube.