BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 47 responden yaitu konsumen PT. Perdana Motor Cimahi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap pelaksanaan iklan PT. Perdana Motor Cimahi dinilai baik, hal itu bisa dilihat dari :

a. Isi pesan, mayoritas responden menyatakan bahwa isi pesan dari iklan melalui Media Surat Kabar pada PT. Perdana Motor Cimahi dinilai baik dapat dilihat dari persentase jawaban konsumen sebesar 69,78% yang diamana berada pada rentang skor baik yaitu 68% - <84%, karena selama iklan PT. Perdana Motor Cimahi berlangsung tingkat perhatian responden terhadap isi pesan menjadi perhatian dan kemenarikan isi pesannya menarik sehingga timbul keinginan untuk membeli.
b. Format pesan, untuk format pesan yang disampaikan iklan PT. Perdana Motor Cimahi melalui Media Surat Kabar dinilai baik dapat dilihat dari persentase jawaban konsumen sebesar 72,12% dan berada pada rentang skor yaitu 68% - <84% karena kemenarikan gambar serta keserasian warna yang cukup padu.
c. Sumber pesan, dilihat dari keahlian sumber pesan responden menyatakan bahwa iklan PT. Perdana Motor dinilai baik dilihat dari persentase jawaban konsumen sebesar 71,91% dan berada pada rentang skor baik yaitu 68% - <84% , hal ini dikarenakan meningkanya kepercayaan dan kesukaan terhadap sumber pesan

yang memperlihatkan karakter tersendiri dari sumber pesan sehingga membuat para konsumen tertarik untuk membeli.

d. Struktur pesan, dari tanggapan responden terhadap iklan melalui Media surat Kabar pada PT. Perdana Motor Cimahi menyatakan bahwa kata-kata dari isi pesan tersebut dinilai baik dengan persentase jawaban konsumen sebesar 73,33% dan berada pada rentang skor baik yaitu 68% - <84%, hal ini dapat dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan struktur pesan sudah sesuai dengan keinginan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai pelaksanaan periklanan melalui surat kabar pada PT. Perdana Motor Cimahi ialah sebesar 71,29%, dimana secara keseluruhan, posisi tersebut termasuk dalam kategori baik, tetapi pada Isi Pesan yang disampaikan oleh PT. Perdana Motor kurang menarik perhatian konsumen yang membacanya sehingga walaupun secara keseluruhan periklanannya dinilai baik tetapi salah satu faktor sangat mempengaruhi penjualan produk karena dalam periklanan keempat indikator yang dipakai merupakan suatu system yang saling terkait dan saling mempengaruhi satu sama lainnya, oleh karena itu semua indikator yang dipakai sedapat mungkin harus dapat terlaksana secara maksimal, sehingga konsumen yang membaca atau mengetahui iklan tersebut dapat tertarik dan ingin membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas maka penulis ingin memberikan saran sebagai masukan bagi perusahaan dalam melaksanakan promosi melalui iklan media Surat Kabar yang dapat meningkatkan penjualan pada masa yang akan datang. Oleh karena itu isi pesan iklan PT. Perdana Motor Cimahi pada media surat kabar harus lebih diperhatikan lagi atau lebih informatif, karena sebagian masyarakat ingin mengetahui lebih jauh mengenai Dealer motor tersebut.