

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dilakukan penelitian dan menganalisis data-data hasil penelitian pengaruh promosi iklan media televisi Semen Tiga Roda terhadap citra merek, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

- 1) PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk sudah berhasil melakukan upaya dalam promosi iklan melalui media TV, hal ini disebabkan karena hasil penyebaran kuesioner yang menunjukkan sebagian besar responden setuju dan sangat menyukai iklan TV Semen Tiga Roda, dengan keunikan dan perbedaan dengan iklan pesaing. Dan telah melakukan upaya sesuai pada teori iklan lima M.
- 2) Tanggapan konsumen terhadap iklan TV Semen Tiga Roda sangat bagus. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat menyukai cara iklan TV Semen Tiga Roda dalam menyampaikan pesan. Dan setelah melihat iklan TV Semen Tiga Roda responden merasa tertarik dan bahkan melakukan pembelian. Dalam pengujian terlihat bahwa elemen informasi sangat tinggi pengaruhnya bagi responden yaitu sebesar 96% responden yang menyatakan setuju bahwa informasi yang diberikan melalui iklan sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.
- 3) Citra merek dalam produk Semen Tiga Roda sangat baik di daerah Cibinong dan sebagian besar responden sangat setuju akan produk Semen Tiga Roda yang sesuai dengan kualitas produk, harga, dan manfaat dari produk. Dalam pengujian

terlihat bahwa sub-elemen harga dan keyakinan akan produk yang disampaikan melalui iklan sangat tinggi pengaruhnya bagi responden yaitu masing-masing sebesar 96% responden yang menyatakan setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai produk, serta fitur inti pada produk sangat berkualitas sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.

- 4) Setelah diuji dengan menggunakan SPSS 15 *for windows* maka diperoleh hasil pendapat responden atas iklan TV Semen Tiga Roda yang menunjukkan hubungan terhadap citra merek Semen Tiga Roda sebesar 0,466, artinya hubungan tersebut bersifat kuat dan hubungannya positif. Dan besarnya tingkat hubungan variabel x (iklan TV) dan variabel y (citra merek) diperoleh hasil, yaitu citra merek dipengaruhi oleh iklan TV sebesar 21,71% dan sisanya sebesar 78,29% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian seperti *symbol*, dan fitur pilihan pada produk.
- 5) Hasil pendapat responden atas pengaruh (regresi) iklan TV Semen Tiga Roda terhadap citra merek Semen Tiga Roda dengan metode perhitungan regresi adalah $y = 2,011 + 0,518 x$. Jadi tingkat pengaruh iklan TV Semen Tiga Roda terhadap citra merek produk Semen Tiga Roda adalah sebesar $y=2,011 + 0,518 x$. Dan dapat dilihat pada output SPSS 15 bagian iklan TV adalah sebesar 0,000 yang artinya nilai tersebut $< 0,05$ sehingga diperoleh hasil H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara iklan TV Semen Tiga Roda terhadap citra merek Semen Tiga Roda.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis, yaitu:

- 1) Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, perusahaan harus tetap memberikan keunikan dalam menyampaikan pesan, dan menampilkan produk Semen Tiga Roda.
- 2) Perusahaan harus tetap menjaga dan memberikan inovasi dalam promosi agar citra merek produk Semen Tiga Roda dapat lebih meningkat.
- 3) Perusahaan harus tetap mempertahankan upaya-upaya yang dilakukan dalam mempromosikan produknya, karena dalam penelitian ini sumber informasi yang mempunyai nilai paling besar, dan konsumen membutuhkan informasi demi kebutuhan.
- 4) Untuk penelitian selanjutnya, disarankan peneliti melakukan penelitian bukan hanya melihat dari iklan TV Semen Tiga Roda dan citra merek, tetapi juga dari hal lain yang dapat meningkatkan kualitas perusahaan, karena hanya sebagian variabel yang dapat digunakan untuk mengukur penelitian ini.