

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP *IMAGE* PRODUK NUTRISARI FRUT’EN VEG DI JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA BANDUNG” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh variabel iklan televisi dan promosi penjualan terhadap *image* produk Nutrisari Frut’en Veg di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha. Hal ini menandakan bahwa semakin sering frekuensi tayang iklan dan promosi penjualan yang dilakukan, maka semakin mengingatkan mahasiswa-mahasiswi terhadap produk Nutrisari Frut’en Veg.
2. Semakin kreatif tayangan iklan yang ditampilkan dengan memerhatikan dimensi-dimensi iklan yang menjadi dasar dalam pembuatan iklan tersebut maka akan menciptakan persepsi yang baik di benak mahasiswa-mahasiswi Universitas Kristen Maranatha.
3. Semakin menarik promosi penjualan yang dilakukan dengan intensitas penyelenggaraan promosi yang efektif, maka akan menciptakan suatu

ketertarikan atas suatu produk tersebut dan hal itu dapat membangun suatu *image* bagi mahasiswa-mahasiswi Universitas Kristen Maranatha.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide atau masukan kepada perusahaan Nutrifood dalam memproduksi dan memasarkan produk Nutrisari Frut'en Veg, yaitu:

1. Disarankan perusahaan Nutrifood dalam melakukan penyampaian informasi melalui media iklan televisi menampilkan sosok bintang yang merupakan ahli dalam bidang kesehatan dan nutrisi sehingga akan lebih menarik dan memperkuat asumsi bagi konsumen bahwa Nutrisari Frut'en Veg merupakan minuman kesehatan yang baik.
2. Disarankan bagi perusahaan Nutrifood untuk dapat memperbanyak dan membuat hal yang menarik serta unik pada aspek promosi penjualan produknya sehingga minat, kesan dan ketertarikan konsumen pada produk tersebut akan semakin tinggi.
3. Disarankan bagi perusahaan Nutrifood untuk melakukan suatu riset dengan maksud agar dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen terhadap produk dari Nutrifood itu sendiri.