

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul “PENGARUH IKLAN TELEVISI BERSERI PRODUK POND’S FLAWLESS WHITE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UNIVERSITASKRISTEN MARANATHA BANDUNG” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh variabel media iklan televisi terhadap pengambilan keputusan pembelian berseriproduk Pond’s di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Hal ini menandakan semakin sering frekuensi tayang iklan televisi berseri produk Pond’s, maka semakin mengingatkan mahasiswa-mahasiswi terhadap produk Pond’s.
2. Dilihat dari Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin diketahui bahwa responden yang jenis kelamin pria sebanyak 45 (40,9%), sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 65 (59,1%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin wanita lebih sering melihat tayangan iklan Pond’s Flawless White.
3. Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan usia, Dari data yang telah diteliti, dapat diketahui bahwa responden yang berusia 19-20 lebih sering melihat tayangan iklan Pond’s Flawless White.

4. Dari hasil uji validitas, IB2, IB4, IB5, IB6, KP4, KP5 berada pada satu komponen yaitu komponen 1, sedangkan faktor iklan televisi berseri 1 (IB1), faktor iklan televisi berseri 3 (IB3), dibuang karena CFA-nya kurang dari 0.40 serta menyimpang dari komponen 1. Indikator keputusan pembelian yang terdiri dari faktor keputusan pembelian 4 (KP4) dan faktor keputusan pembelian 5 (KP5) semua berada pada satu komponen yaitu komponen 2, sedangkan faktor keputusan pembelian 1 (KP1), faktor keputusan pembelian 2 (KP2), dan faktor keputusan pembelian 3 (KP3) dibuang karena CFA-nya kurang dari 0.40 serta menyimpang dari komponen 2.
5. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa media iklan televisi berseri berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 9,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.
6. Semakin kreatif tayangan iklan televisi berseri yang disajikan dengan lama waktu pemutaran yang efektif untuk menyampaikan pesan, maka semakin berkesan pada mahasiswa-mahasiswi Universitas Kristen Maranatha Bandung, sehingga mendorong untuk membeli dan memakai produk Pond's.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide tau masukan-masukan kepada perusahaan Unilever Indonesia dalam memproduksi dan memasarkan produk Pond's, yaitu:

1. Disarankan tema iklan dalam iklan televisi berseri produk Pond's lebih menarik, dengan menayangkan iklan sesuai tema yang sedang *up to date*.
2. Berdasarkan hasil pengujian data yang telah dilakukan, disarankan agar kata-kata yang terdengar (*voice*) dan kata-kata yang terlihat (*seenword*) didalam iklan harus lebih di tingkatkan lagi, agar pemirsa dapat menangkap dan merekam isi pesan yang ada di dalam tayangan iklan Pond's Flawless White.
3. Disarankan pemutaran tayangan iklan dalam media iklan televisi berseri ditambahkan frekuensi tayangnya pada hari-hari libur, seperti pada hari sabtu dan minggu, karena pada hari tersebut mempunyai kemungkinan besar untuk dilihat masyarakat yang sedang berkumpul dengan keluarganya, sehingga penyampaian pesan produk Pond's lebih efektif untuk dilihat oleh semua kalangan.
4. Disarankan perusahaan yang memproduksi Pond's dapat mensurvey keinginan atau selera konsumen, sehingga varian produk dalam produk Pond's lebih beragam dan lengkap serta dapat memuaskan selera, keinginan dan kebutuhan konsumen.
5. Disarankan untuk perusahaan Unilever Indonesia untuk lebih gencar mengadakan *event-event* tertentu, sehingga lebih dapat memperkenalkan secara langsung dan mengingatkan masyarakat pada produk-produk yang dikeluarkan Pond's.

6. Disarankan lebih dapat menggunakan atau menampilkan bintang iklan yang lebih menarik dalam iklan-iklan Pond's selanjutnya, sehingga lebih dapat menarik perhatian masyarakat dan lebih mengingat iklan Pond's Flawless White.