

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh variabel media iklan televisi lokal Iconers terhadap pengambilan keputusan pembelian (studi kasus pada promosi *tenant* di Bandung Supermal). Hal ini menandakan semakin sering frekuensi tayang iklan promosi *tenant* dalam media televisi lokal Iconers, maka semakin mengingatkan pengunjung setia Bandung Supermal terhadap produk – produk yang ada di Bandung Supermal.
2. Semakin menarik tayangan iklan yang ditampilkan dengan menggunakan bintang iklan tertentu, maka semakin membekas di ingatan pengunjung setia Bandung Supermal memantapkan untuk membeli produk – produk yang ada di Bandung Supermal.
3. Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa responden yang jenis kelamin pria sebanyak 70 (46.7%), sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 80 (53.3%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin wanita lebih sering melihat tayangan iklan promosi *tenant* di televisi lokal Iconers.

4. Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan usia dari data yang telah diteliti, dapat diketahui bahwa responden yang berusia >23 lebih sering melihat tayangan iklan promosi tenant di televisi lokal Iconers.
5. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa media iklan televisi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.341 (34.1%) dan sisanya sebesar 65.9% dipengaruhi oleh faktor lain.
6. Semakin kreatif tayangan iklan yang disajikan dengan lama waktu pemutaran yang efektif untuk menyampaikan pesan, maka semakin berkesan pada pengunjung setia Bandung Supermal sehingga mendorong untuk membeli dan mengkonsumsi produk *tenant* di Bandung Supermal.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide tau masukan-masukan kepada perusahaan PT.Para Bandung Propertindo Bandung Supermal dalam memproduksi dan memasarkan promosi produk *tenant*, yaitu:

1. Disarankan pemutaran tayangan iklan dalam promosi produk *tenant* di media iklan televisi lokal Iconers 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 promosi produk *tenant* lebih efektif untuk dilihat oleh pengunjung setia Bandung Supermal.

2. Disarankan penempatan iklan produk sebaiknya lebih ditempatkan pada posisi yang mudah terlihat dan jelas agar memudahkan konsumen, serta tampilan gambar dan teks mengenai promosi produk *tenant* harus mudah dipahami dan jelas sehingga tidak membingungkan konsumen.
3. Disarankan untuk lebih sering mengadakan *event-event* tertentu, sehingga lebih dapat memperkenalkan secara langsung dan mengingatkan masyarakat pada promosi produk *tenant* yang ada di BSM.
4. Disarankan lebih dapat menggunakan atau menampilkan bintang iklan yang lebih menarik dalam iklan-iklan Iconers selanjutnya, sehingga lebih dapat menarik perhatian masyarakat dan lebih mudah untuk mengingat iklan promosi *tenant* Bandung Supermal.
5. Disarankan agar televisi lokal Iconers bisa menayangkan acara lain seperti mempromosikan Trans Studio Bandung, acara Trans Tv, Trans 7 (perusahaan satu group lainnya), sehingga terdapat variasi yang lebih kreatif dan inovatif pada penayangan di televisi lokal Iconers tersebut.