

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat menarik kesimpulan dan mencoba untuk memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi kalangan praktisi maupun akademisi.

5.1 Kesimpulan

Dari pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis, analisis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum responden dalam penelitian ini tergolong dalam usia muda dengan tingkat pendapatan dan pengeluaran yang dapat dikatakan berada dalam skala menengah, serta hampir semua responden mengetahui iklan rokok Djarum Black melalui media periklanan televisi serta *brand image* yang telah tertanam dalam benak responden mengenai produk rokok Djarum Black.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh dari media periklanan televisi dan *brand image* terhadap minat beli responden yang erat hubungannya, sehingga pengaruh dari media periklanan televisi dan *brand image* yang diberikan oleh Djarum Black telah tertanam dengan baik dalam benak responden. Hal ini memang sudah diprediksi akan terjadi, karena menurut beberapa teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa media

periklanan televisi dan *brand image* dapat mempengaruhi minat beli responden pada rokok Djarum black.

5.2. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan-kesimpulan yang diambil, maka selanjutnya dapat diusulkan beberapa saran yang mungkin dapat dilakukan dan bermanfaat bagi kalangan praktisi maupun akademisi. Adapun saran yang diusulkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi kalangan praktisi, dalam hal ini perusahaan dapat menciptakan iklan produk yang lebih kreatif sehingga konsumen mempunyai pandangan positif terhadap iklan atau bahkan dapat menciptakan loyalitas konsumen pada produk rokok Djarum Black dalam membangun minat beli, dan perusahaan harus dapat merancang strategi promosi, khususnya iklan yang akan digunakan sehingga dapat diarahkan pada pasar sasaran yang dituju. Perusahaan perlu mengkaji ulang tentang konsep iklan apa yang akan digunakan untuk mengiklankan produk *Djarum Black*, karena dengan iklan yang memiliki konsep yang lebih menarik dan lebih kreatif akan membuat konsumen lebih menghargai iklan dan produk yang disediakan oleh perusahaan.
2. Bagi kalangan akademisi, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan untuk topik-topik penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan media periklanan terutama, media periklanan televisi serta *brand image* (citra

merek) pada suatu produk yang dapat meningkatkan minat beli responden pada produk rokok Djarum Black. Apakah memang benar media periklanan televisi dan *brand image* dapat mempengaruhi minat beli pada suatu produk? Hal ini tentunya dapat menjadi topik penelitian yang menarik untuk diteliti.