

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengolahan kuesioner yang berpedoman pada karakteristik yang dikemukakan oleh para ahli, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa penelitian efektifitas iklan bentuk *Compact Disc* (CD) ini kurang efektif terhadap minat beli konsumen. Selain itu, penggunaan iklan bentuk *Compact Disc* (CD) ini kurang efisien dibandingkan dengan biaya iklan menggunakan brosur yang telah digunakan oleh perusahaan X.

Jadi, penggunaan iklan bentuk *Compact Disc* ini kurang efisien dan kurang efektif terhadap minat beli konsumen.

5.2 Saran

Saran yang ingin disampaikan oleh penulis kepada perusahaan dan pembaca berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah:

- Perusahaan sebaiknya tidak menggunakan iklan bentuk *Compact Disc* (CD) karena penggunaan iklan bentuk ini kurang efektif dan menimbulkan banyak kritik dari konsumen. Iklan *Compact Disc* ini mengharuskan konsumen untuk menyalakan TV dan *DVD-Player* agar dapat melihat iklan dalam *Compact Disc* tersebut. Ini akan membuat konsumen merasa tidak nyaman untuk melihat iklan. Selain itu, setiap konsumen juga belum tentu mempunyai *DVD-Player*.

- Apabila perusahaan tetap ingin mencoba menggunakan iklan bentuk *Compact Disc* ini, maka perusahaan tidak boleh sembarangan membagikan iklan *Compact Disc* ini. Agar pembagian iklan bentuk *Compact Disc* ini menjadi efektif, perusahaan harus mencari konsumen dengan karakteristik sebagai berikut :
 1. Jenis pekerjaan sebagai karyawan / karyawan.
 2. Usia 26 – 30 tahun.
 3. Jenis kelamin wanita.
- Adapun saran bagi pembaca sebaiknya melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *wedding organizer*, responden yang lebih beragam, dan dengan populasi yang lebih besar lagi, sehingga analisis yang dilakukan dapat lebih spesifik dan terinci dengan jelas.