

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Kegiatan periklanan di surat kabar yang dilakukan oleh PT. Supra Usadhatama dalam upaya meningkatkan volume penjualan sesuai dengan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut: frekuensi responden menyatakan bahwa judul iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar menarik 21,13%, judul iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar dapat menarik pembacanya untuk melanjutkan membaca ke bagian tubuh iklan 14,08%, judul iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar dapat mengingatkan pembacanya akan keberadaan HEMAVITON ENERGY DRINK 19,72%. Iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar mengandung informasi yang dapat menyampaikan pesan tentang HEMAVITON ENERGY DRINK 18,31%. Iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar mengandung informasi yang menggambarkan HEMAVITON ENERGY DRINK 43,66%. Iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar mengandung informasi yang dapat menceritakan HEMAVITON ENERGY DRINK 9,86%. Iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar

memberikan penawaran yang menarik yang dapat menarik retailer 9,86%. Iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar memberikan informasi mengenai nama, lokasi dan nomor telephone PT. Supra Usdhatama 5,63%, Jenis huruf yang digunakan pada iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar menarik dan mudah dibaca 38,03%. Ukuran huruf yang digunakan pada iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar mudah untuk dibaca 56,34%. Ketebalan huruf yang digunakan pada iklan surat kabar HEMAVITON ENERGY DRINK sesuai dengan format iklan secara keseluruhan 43,66%. Ukuran iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar memiliki ukuran yang cocok jika dibandingkan dengan ukuran iklan lainnya 32,39%. Letak iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar mudah dibaca 12,68%. Iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar menarik minat retailer untuk menjual produk HEMAVITON ENERGY DRINK 8,45% .

2. Volume penjualan PT. Supra Usadhatama dari tahun 2001 sampai tahun 2005 selalu mengalami penurunan dan tidak mencapai target, berikut adalah tabel realisasi volume penjualan dari PT. Supra Usadhatama dari tahun 2001-2005

Tabel 5.1

Laporan Volume penjualan Tahun 2001-2005

No.	Tahun	Volume penjualan
1	2001	Rp. 5.254.884.023,39
2.	2002	Rp. 6.358.495.264,25
3	2003	Rp. 8.154.750.913,54
4	2004	Rp. 9.75.655.849,54
5	2005	Rp. 11.477.242.176,15

Sumber : Manajemen PT. Supra Usadhatama 2007

3. Pengaruh antara periklanan di surat kabar terhadap volume penjualan di PT. Supra Usadhatama adalah sebesar 36,12% berarti masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan disamping periklanan di surat kabar sebesar 63,88% di antaranya faktor kegiatan promosi di media lain, faktor produk, lokasi , harga dan pelayanannya. Sedangkan dari perhitungan uji signifikan (uji T) didapat $t_{hitung} <$ atau $1,302 < 3,182$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti bahwa periklanan di surat kabar tidak mempengaruhi volume penjualan secara signifikan.

5.2 Saran

Dari hasil yang diperoleh dapat disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 36,12% berarti masih terdapat faktor lain sebesar 63,88% yang mempengaruhi pendapatan di PT. Supra Usadhatama seperti kegiatan promosi di media lain, produk, lokasi PT. Supra Usadhatama, dan pelayanannya. Untuk itu disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh periklanan di media lainnya terhadap pendapatan atau dengan pengaruh-pengaruh lainnya seperti lokasi, produk, harga, dan kualitas pelayanan.
2. Format iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar diperbaiki karena sebagian besar responden menyatakan bahwa iklan HEMAVITON ENERGY DRINK di surat kabar tidak memiliki daya tarik dan urang dapat menyampaikan informasi yang hendak disampaikan.