

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Periklanan Televisi Terhadap Citra Merek TSMDK Teh Pucuk Harum maka pada bagian akhir ini dari penelitian ini, penulis menarik kesimpulan, sekaligus memberikan saran sebagai berikut:

#### **5.1. Kesimpulan**

##### **Periklanan Televisi TSMDK Teh Pucuk Harum**

1. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (51,5%) pernyataan tentang suara pengucapan kata-kata dalam iklan Teh Pucuk Harum jelas dan mendidik audiens.
2. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (46%) pernyataan tentang suara pengucapan kata-kata dalam iklan Teh Pucuk Harum mampu mengungkapkan informasi iklan dengan jelas.
3. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (49,5%) pernyataan tentang musik iklan yang diperdengarkan Teh Pucuk Harum mampu mendukung proses penyampaian pesan dengan baik.
4. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (51%) pernyataan tentang musik iklan Teh Pucuk Harum yang diperdengarkan sesuai dengan tema iklan.
5. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase (45,5%) pernyataan tentang musik iklan Teh Pucuk Harum yang diperdengarkan mampu menarik perhatian audiens.
6. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase (46%) pernyataan tentang tulisan kata-kata pada tayangan iklan Teh Pucuk Harum menarik perhatian audiens.
7. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (49,5%) pernyataan tentang tulisan kata-kata pada tayangan iklan Teh Pucuk Harum mudah ditangkap dan dibaca audiens.

8. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (47%) pernyataan tentang penampilan tulisan pesan iklan serasi dengan latar belakang iklan yang ditampilkan di media televisi.
9. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase (48%) pernyataan tentang gambar tayangan iklan Teh Pucuk Harum menarik perhatian audiens.
10. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (49%) pernyataan tentang gambar tayangan iklan Teh Pucuk Harum mampu memberikan gambaran terkait informasi pesan iklan produk dengan baik.
11. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase ( 46,5%) pernyataan tentang warna dalam tayangan iklan Teh Pucuk Harum serasi.
12. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase (47,5%) pernyataan tentang perpaduan warna tayangan iklan Teh Pucuk Harum sesuai tema iklan.
13. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (48,5%) pernyataan tentang gerakan dalam tayangan iklan Teh Pucuk Harum mampu mendukung proses penyampaian pesan dengan baik.
14. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (45%) pernyataan tentang gerakan dalam tayangan iklan Teh Pucuk Harum sesuai dengan musik yang ditampilkan.

#### **Citra Merek TSMDK Teh Pucuk Harum**

1. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (48,5%) pernyataan tentang Teh Pucuk Harum adalah minuman teh siap minum dalam kemasan yang berasal dari pucuk daun teh berkualitas.
2. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase (47,5%) pernyataan tentang Teh Pucuk Harum dikemas dalam ukuran kemasan yang ideal dan praktis.
3. Mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase (48%) pernyataan tentang Teh Pucuk Harum merupakan teh siap minum dalam kemasan yang cocok untuk semua umur segmen konsumen.

4. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase (47%) pernyataan tentang harga produk Teh Pucuk Harum terjangkau.
5. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase (60,5%) pernyataan tentang produk Teh Pucuk Harum mudah didapat di berbagai toko ritel.
6. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase (51%) pernyataan tentang Merek TSMDK “Pucuk Harum” terkenal sebagai TSMDK yang berkualitas baik.

## **5.2. Saran**

### **1. Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat maka periklanan televisi berpengaruh terhadap citra merek produk TSMDK Teh Pucuk Harum. Maka perusahaan harus tetap menampilkan periklanan televisi yang lebih kreatif untuk meningkatkan pengaruh citra merek dari TSMDK Teh Pucuk Harum.

Dalam menghadapi persaingan TSMDK yang terus berkembang dan semakin ketat maka disarankan untuk semakin meningkatkan strategi yang telah ada. Di masa yang akan datang perusahaan dapat meningkatkan inovasi produk dan mutu produk melalui peningkatan standar mutu portofolio produk sehingga perluasan lini produk dan mutu produk tetap terjaga dengan baik.

Dalam hal citra merek sebaiknya Teh Pucuk Harum harus berupaya lebih keras untuk mengkomunikasikan produk, sehingga konsumen dapat menerima dan memahami informasi produk, diharapkan pada akhirnya konsumen mengetahui dan tertarik untuk membeli TSMDK Teh Pucuk Harum.

### **2. Implikasi Manajerial**

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih dalam lagi dengan cara menambahkan variabel-variabel lain atau faktor lain yang mempengaruhi terhadap citra merek. Serta menambah jumlah responden dan wilayah penelitian yang lebih luas agar hasil pengujian dapat mendapatkan hasil yang maksimal.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan perbaikan agar topik bahasan dapat dibahas lebih dalam. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dengan pengambilan sampel responden yaitu mahasiswa / mahasiswi jurusan Manajemen di Universitas Kristen Maranatha.
2. Variabel yang diteliti terbatas. Untuk penelitian lebih lanjut dapat mengembangkan lebih dalam, menambahkan variabel-variabel lain atau faktor lain yang mempengaruhi citra merek.
3. Untuk penelitian lebih lanjut ruang lingkup penelitian dapat dimaksimalkan dan pemilihan responden dapat diperluas.
4. Penelitian ini dilakukan hanya dengan metode survey menggunakan kuesioner.