

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di *XQusite Photography* Bandung, penulis dapat menarik kesimpulan dan mencoba untuk memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan *brand awareness* para pelanggannya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan pada 100 responden, di mana mayoritas responden adalah berjenis kelamin wanita dengan usia 20 – 25 tahun, mayoritas pekerjaan adalah mahasiswa dengan tingkat pendidikan yaitu sedang menjalani perkuliahan dan mayoritas tingkat pendapatan adalah Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi konsumen terhadap periklanan pada media cetak.

Dapat disimpulkan bahwa majalah merupakan media periklanan yang paling efektif dengan nilai persepsi konsumen yang paling tinggi dalam hal *representation* dan *attention*, meskipun mengalami penurunan dalam hal *comprehension* tetapi nilai persepsi majalah dalam hal *comprehension* tetap paling tinggi dibanding media periklanan yang lain.

Sedangkan tabloid merupakan media periklanan yang kurang efektif dengan nilai persepsi konsumen yang mengalami penurunan dari setuju dalam hal *representation* menjadi cukup setuju dalam hal *attention*, kemudian menurun kembali dalam hal *comprehension*.

2. Pengaruh periklanan pada media cetak terhadap *brand awareness*.

Dari hasil kuesioner yang dikumpulkan, dapat diketahui bahwa periklanan pada ketiga media cetak mempengaruhi *brand recognition* konsumen terhadap studio Xquisite *Photography* sebesar 10 % dan *brand recall* konsumen terhadap studio Xquisite *Photography* sebesar 17.4 %. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa periklanan pada ketiga media cetak yaitu brosur, majalah dan tabloid memiliki pengaruh yang rendah terhadap *brand awareness* konsumen yaitu sebesar 15.5 %. Jika dipandang dari *brand recognition*, pengaruh periklanan pada ketiga media cetak memiliki pengaruh yang tidak terlalu besar. Sedangkan untuk *brand recall*, pengaruh periklanan pada ketiga media cetak lebih besar dibandingkan *brand recognition*.

5.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian, maka diberikan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dan masukan bagi studio XQusite *Photography* sebagai berikut :

- a. Meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap studio XQusite *Photography*, terutama kepada konsumen yang belum pernah mengenal studio XQusite *Photography* melalui *advertising* dan *personal selling* terhadap pelanggan yang pernah menggunakan jasa foto studio XQusite sekaligus memperkuat ingatan konsumen terhadap studio XQusite *Photography* dengan cara menetapkan *design* tulisan nama studio XQusite *Photography* secara tetap atau permanen.
- b. Meningkatkan persepsi konsumen dalam hal *comprehension* terhadap media periklanan yang digunakan studio XQusite *Photography* melalui pengkomunikasian ciri khas pada tiap-tiap tampilan iklan media cetak studio XQusite seperti: karakter foto yang mewakili slogan studio XQusite “*creative, smart and colorful*” sehingga konsumen dapat memahami dan menangkap ciri khas studio XQusite *Photography*.

LAMPIRAN

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa semester akhir, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Pada saat ini, saya sedang menyusun skripsi dengan judul : “Pengaruh Periklanan pada Media Cetak terhadap Brand Awareness pada Studio Xquisite Photography”.

Dalam rangka penyusunan skripsi ini, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan yang saya lampirkan. Atas kesediaan Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Kezia Kurniawati

- I. Data Diri Responden
1. Usia saudara/i sekarang :
 - a) Dibawah 15 tahun
 - b) 15 – 20 tahun
 - c) 20 – 25 tahun
 - d) Lebih dari 25 tahun
 - d) Pernah kuliah
 - e) Sarjana muda/D1/D2/D3
 - f) Sarjana/ S1
2. Jenis kelamin :
 - a) Pria
 - b) Wanita
3. Pekerjaan utama saudara/i :
 - a) Pelajar
 - b) Mahasiswa
 - c) Pegawai swasta
 - d) Pengusaha
 - e) Lainnya.....
(sebutkan)
5. Pendapatan saudara/i per bulan :
 - a) Kurang dari Rp 500.000
 - b) Rp 500.000 –Rp 1.000.000
 - c) Rp1.000.000-Rp1.500.000
 - d) Rp1.500.000-Rp2.000.000
 - e) Lebih dari Rp 2.000.000
4. Pendidikan saudara/i :
 - a) SLTP / tamat SLTP
 - b) SLTA / tamat SLTA
 - c) Sedang kuliah

II. Responden dan Studio Xquisite photography

6. Saudara/i pernah membaca iklan media cetak studio Xquisite?
 - a) Ya
 - b) Tidak
7. Saudara/I pernah membaca iklan media cetak studio Xquisite?
 - a) Pada brosur
 - b) Pada majalah
 - c) Pada tabloid
8. Frekuensi anda berfoto di studio Xquisite?
 - a) 1
 - b) 2
 - c) 3
 - d) lebih dari 3

Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan pilihan anda terhadap iklan media cetak studio Xquisite dengan member tanda ✓ pada kolom yang tersedia

Keterangan : SS = sangat setuju, S = setuju, CS = cukup setuju, TS = tidak setuju, STS = sangat tidak setuju

No	PENJELASAN	SS	S	CS	TS	STS
9.	Pada brosur :					
	a) Penampilan iklan studio Xquisite sesuai dengan selera anda					
	b) Anda tertarik terhadap iklan studio Xquisite					
10.	c) Iklan studio Xquisite memberikan pemahaman informasi yang jelas dan lengkap					
	Pada majalah :					
	a) Penampilan iklan studio Xquisite sesuai dengan selera anda					
11.	b) Anda tertarik terhadap iklan studio Xquisite					
	c) Iklan studio Xquisite memberikan pemahaman informasi yang jelas dan lengkap					
	Pada tabloid :					
	a) Penampilan iklan studio Xquisite sesuai dengan selera anda					

	b) Anda tertarik terhadap iklan studio Xquisite					
	c) Iklan studio Xquisite memberikan pemahaman informasi yang jelas dan lengkap					
12.	Anda menyadari nama studio Xquisite					
13.	Anda dapat menangkap dan mengenal nama studio Xquisite					
14.	Anda tidak dapat menangkap dan tidak mengetahui nama studio Xquisite					
15.	Anda mengenal dan mengingat kembali nama studio Xquisite					
16.	Anda dapat mengingat nama studio Xquisite secara lebih dalam dan jelas					
17.	Anda tidak pernah menangkap informasi dan tidak mengetahui nama studio Xquisite					