

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini merupakan bagian terakhir dari laporan penelitian ini yang akan menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya.

#### 5.1. Kesimpulan

1. Melalui penyebaran kuesioner pada 100 mahasiswa/i dapat diketahui seluruh responden (100%) pernah melihat iklan Esia di televisi dan iklan tersebut dapat menarik keinginan para permisanya untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk tersebut sehingga iklan Esia ditayangkan di televisi memiliki dampak yang kuat dan positif terhadap niat beli konsumen.
2. Melihat tabel jawab responden, niat beli pada produk Esia dikatakan berhasil. Hal ini dibuktikan dengan penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa penayangan iklan Esia mempengaruhi niat beli konsumen, akan tetapi pengaruhnya sangat kecil. Hal ini dapat dilihat dari *adjusted R square* kualitas jasa sebesar 0,163 atau 16,3% mempengaruhi kepuasan konsumen dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sebesar 0,837 atau 83,7%.

## 5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan di atas antara lain:

1. Dalam menghadapi banyaknya persaingan antar telepon seluler yang berbasis CDMA, maka Esia Bandung perlu melakukan kebijakan kepada Esia Pusat (Jakarta) dengan mengusulkan agar dapat menyesuaikan waktu penayangan iklan televisi karena dari tanggapan responden, mereka menonton di atas jam 10.00 WIB. Sedangkan iklan Esia ditayangkan di TV mulai dari jam 13.00-16.00 dan 18.00-21.00 sehingga permisa memperhatikan penayangan iklan Esia akan lebih banyak lagi dan kesempatan menarik untuk calon konsumen untuk menggunakan produk tersebut akan semakin besar.
2. Pada penayangan iklan Esia di televisi agar lebih menerapkan *jingle* “Untung pake Esia” secara lebih mendalam lagi sehingga telepon berbasis CDMA yang memiliki tarif murah agar permisa dapat lebih memahami dan mengerti maksud dari *jingle* tersebut dapat mengingatkan motto untung pake Esia dengan baik sehingga dapat menimbulkan niat beli konsumen.
3. Untuk dapat menarik perhatian dan meningkatkan kepercayaan permisa terhadap pesan yang disampaikan pada iklan Esia, maka perusahaan perlu menampilkan wawancara dengan masyarakat yang menggunakan kartu Esia yang membuat konsumen lebih yakin lagi untuk mencoba dan membeli produk tersebut. Dan membuat acara kuis yang menuntut permisa untuk lebih memperhatikan lagi penayangan iklan Esia di televisi sehingga untuk menjaga agar kualitas iklan yang

ditayangkan maka Esia harus terus-menerus berkembang menjadi lebih baik agar para konsumen tidak bosan dengan iklan yang tampil.