

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis pengujian di dapat kesimpulan sebagai berikut:

- Dilihat dari hasil penelitian, dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden pernah mendengar, melihat, dan mencoba atau menggunakan rokok elektrik
- Mayoritas responden setuju atau menanggapi positif tentang orang yang menggunakan rokok elektrik dan menyatakan adanya kemungkinan bagi seseorang untuk berhenti merokok dengan menggunakan atau mencoba rokok elektrik
- Mayoritas responden pernah melihat promosi rokok elektrik melalui media elektronik
- Mayoritas responden menyatakan ada perbedaan rasa di semua *liquid* dan sebagian besar responden menyadari setidaknya satu jenis rasa *liquid*.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1. Bagi pemasar, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bahwa promosi pemasaran yang paling efektif adalah melalui media elektronik, karna sebagian besar pengguna sadar dan mengetahui rokok elektrik melalui media elektronik
2. Peluang untuk membuka toko atau gerai penjualan rokok elektrik positif karna banyak orang yang pernah mendengar, melihat , dan mencoba atau menggunakan rokok elektrik
3. Bagi praktisi, terbuka nya peluang untuk berbisnis *liquid*, karna mayoritas responden sadar adanya perbedaan rasa di semua *liquid*

5.3 Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

5.3.1 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

- Penelitian ini hanya menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui kuisisioner, data sekunder melalui buku dan jurnal, dan menggunakan analisis data statistik sederhana
- Sebagian data bersifat rahasia, sehingga tidak dapat diungkapkan. Data tersebut yaitu profil responden berdasarkan nama responden

- Terbatasnya variable yang diteliti yaitu hanya pada respon konsumen berdasarkan kegiatan promosi pemasaran saja
- Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan responden yang terbatas, dan hanya mencakup kota Bandung

5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat ditindaklanjuti dengan penelitian-penelitian terhadap pihak-pihak yang berhubungan dengan kegiatan promosi, khususnya produsen, pemasar, atau toko-toko atau agen sebagai mitra bisnis, sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih lengkap dan lebih objektif mengenai pemasaran rokok elektrik.