

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP *IMAGE* PRODUK COCA-COLA DI JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA BANDUNG ” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh variabel iklan televisi dan promosi penjualan terhadap *image* produk Coca-Cola di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha. Hal ini menandakan semakin sering frekuensi tayang iklan produk Coca-Cola dalam media televisi dan promosi penjualan, maka semakin mengingatkan mahasiswa-mahasiswi terhadap produk Coca-Cola.
2. Dilihat dari Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin diketahui bahwa responden yang jenis kelamin pria sebanyak 65 responden (54,2%), sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 55 responden (45,8%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin pria lebih sering melihat tayangan iklan Coca-Cola.
3. Semakin menarik gambar iklan yang ditampilkan, maka semakin membekas di ingatan mahasiswa-mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha memantapkan untuk membeli produk Coca-Cola.

4. Dari hasil penelitian dapat diketahui faktor iklan televisi dan promosi penjualan memengaruhi *image* sebesar 0.500 (50,0%), dan sisanya 50,0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.
5. Semakin menarik musik yang disajikan, maka semakin berkesan pada mahasiswa-mahasiswi Universitas Kristen Maranatha sehingga mendorong untuk membeli dan menggunakan produk Coca-Cola.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide atau masukan kepada perusahaan Coca-Cola Bottling Indonesia dalam memproduksi dan memasarkan produk Coca-Cola, yaitu:

1. Disarankan Coca-Cola dapat mensurvei keinginan atau selera konsumen, sehingga varian produk Coca-Cola dapat memuaskan selera, serta sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Disarankan untuk perusahaan Coca-Cola Bottling Indonesia untuk lebih sering mengadakan *event-event* tertentu, sehingga lebih dapat memperkenalkan secara langsung dan mengingatkan masyarakat pada produk-produk Coca-Cola.
3. Disarankan lebih sering mengadakan potongan harga dan pemajangan di tempat pembelian, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat dan diharapkan lebih mengingat produk Coca-Cola.