

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dan fakta yang diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. *Message* (pesan) yang disampaikan oleh Djarum Super.

Dari bab pembahasan, dapat diketahui bahwa terdapat *message* (pesan) pada iklan Djarum Super “*my life, my adventure*” di televisi dengan tema nasionalisme (x_1). Dan dapat disimpulkan juga bahwa iklan tersebut menonjolkan kebudayaan yang ada di Indonesia sebagai ciri khas yang dimiliki. Beragam kebudayaan disuguhkan dalam iklan tersebut, dan tak sedikit memperlihatkan bahwa kita memiliki kebebasan dalam berekspresi untuk menunjukkan rasa nasionalisme.

2. Hubungan antara *message* (pesan) dengan sikap konsumen.

Dalam hasil perhitungan pada bab sebelumnya, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *message* (pesan) dengan sikap konsumen. Karena semakin positif *message* (pesan) yang terdapat dalam iklan tersebut, maka semakin positif juga sikap konsumen terhadap produk yang di iklankan atau memiliki penilaian positif terhadap perusahaan yang memasarkan produk yang di iklankan.

3. Pengaruh *message* (pesan) pada iklan Djarum Super tersebut terhadap sikap konsumen.

Berdasarkan pada perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *message* (pesan) dalam iklan Djarum Super tersebut terhadap sikap konsumen.

4. Secara keseluruhan *message* (pesan) dalam iklan tersebut hanya mempengaruhi sikap konsumen sebesar 0,19%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Dari kesimpulan-kesimpulan diatas dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dan dapat dilihat bahwa *message* (pesan) yang terdapat dalam iklan Djarum Super, tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen.

Karena kebanyakan dari konsumen hanya memperhatikan dan tertarik saja. Tetapi tidak membeli produk dari Djarum Super tersebut.

5.2. Saran.

Dari pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka ada beberapa saran yang peneliti bisa sampaikan kepada pihak Djarum Super, dan diharapkan bisa membantu dalam meningkatkan sikap positif dari konsumen terhadap produk Djarum Super, yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak Djarum Super melakukan penelitian ulang mengenai iklan yang mungkin dapat lebih menarik perhatian dari konsumen, sehingga memiliki keinginan untuk membeli produk dari Djarum Super, bukan sekedar hanya memperhatikan dan tertarik.

2. Diharapkan Djarum Super dapat membina hubungan yang lebih baik dengan para konsumen, agar dapat lebih mengetahui, keinginan, harapan dan pandangan konsumen mengenai iklan dan produk dari Djarum Super.

Demikian saran-saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti. Saran-saran tersebut diambil berdasarkan hasil penelitian. Dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa *message* (pesan) yang terdapat dalam iklan tersebut tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen, terhadap keinginan konsumen untuk membeli produk, akan tetapi hanya membuat konsumen memperhatikan dan tertarik.

Sehingga diharapkan Djarum Super dapat meningkatkan keinginan konsumen, untuk membeli produk.