

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan dari hasil Adjusted R square menunjukkan angka 0,287 atau sama dengan 28,7 keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh media periklanan diman media iklan yang digunakan adalah media iklan brosur, surat kabar, televisi dan spanduk. Dan untuk sisanya 71,3% keputusan konsumen untuk membeli margarine merek blue band dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Adapun pengaruh dari variabel media periklan terhadap keputusan pembelian margarine merek blue band yaitu variabel media iklan brosur sebesar 0,351 atau sama dengan 35,1%, variabel media iklan surat kabar sebesar 0,111 atau 11,1%, media iklan televisi sebesar 0,156 atau sama dengan 15,6% dan untuk variabel spanduk sebesar 0,125 atau sama dengan 12,5%. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel yang dominan adalah media iklan brosur dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli margarine merek blue band dibandingkan dengan variabel lainnya.

5.2 Saran

1. PT Unilever diharapkan untuk memperhatikan penempatan tata letak dari spanduk yang akan dipasang, sebaiknya penempatan tata letak spanduk dan brosur diletakkan ditempat yang strategis yang banyak dilalui orang banyak, untuk penulisan dan kata – kata sebaiknya lebih ditekankan pada keistimewaan atau slogan dari blue band itu sendiri agar mudah diingat oleh konsumen. Untuk penayangan iklan ditelevisi sebaiknya durasi dari iklan tersebut di perpanjang agar para konsumen tersebut dapat

mendapatkan pesan yang terkandung dalam iklan margarine blue band, menggunakan peran pembantu yang sesuai untuk menarik minat beli masyarakat. Untuk media iklan surat kabar sebaiknya PT Unilever memperbesar gambar yang ada di surat kabar, sebaiknya untuk memuat iklan margarine blue band di media iklan surat kabar, pilih lah surat kabar yang terdapat rubrik masak – memasak agar dapat menarik minat beli konsumen.

- 2.** Untuk kasus ini, disarankan adanya penelitian lebih lanjut mengenai bauran promosi apa yang mempengaruhi keputusan pembelian margarine Blue Band.