## **BAB V**

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh promosi penjualan dan periklanan melalui media televisi terhadap proses keputusan pembelian sabun deterjen So Klin pada ibu-ibu di kelurahan Baros, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1. Persepsi ibu-ibu terhadap kinerja promosi penjualan yang diberikan sabun deterjen So Klin dilihat dari frekuensi, presentasi, pengaruh hadiah langsung juga presentasi dan pengaruh bonus penambahan isi berada pada kategori cukup baik. Responden merasa tertarik terutama oleh pemberian hadiah langsung. Akan tetapi tingkat frekuensi pemberian hadiah langsung masih dianggap kurang oleh konsumen.
- 2. Persepsi ibu-ibu secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap periklanan melalui media televisi sabun deterjen So Klin dilihat dari Mission, Money, Media, Message dan Measurement menunjukkan bahwa kinerja periklanan melalui media televisi cukup baik. Hal ini dapat dilihat terutama pada media yang digunakan yaitu iklan televisi melalui stasiun televisi yang prestigius dengan kualitas yang baik. Walaupun demikian tingkat perhatian responden terhadap iklan sabun deterjen So Klin masih kurang tinggi.
- 3. Persepsi ibu-ibu mengenai proses keputusan pembelian menunjukkan bahwa ibu-ibu tersebut melalui semua tahapan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Namun dari kelima tahap tersebut, terdapat penurunan dalam

tahap pencarian informasi. Hal tersebut dikarenakan responden merasa informasi yang tersedia sudah cukup, sehingga mereka tidak melakukan pencarian informasi lebih lanjut.

Promosi penjualan dan periklanan melalui media televisi sabun deterjen So
Klin berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian dengan tingkat pengaruh yang sedang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh promosi penjualan dan periklanan melalui media televisi terhadap proses keputusan pembelian sabun deterjen So Klin pada ibu-ibu di kelurahan Baros, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja produknya.

- 1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh sabun deterjen So Klin, bagian yang dirasa memiliki kekurangan adalah pada indikator mengenai frekuensi pemberian hadiah langsung, oleh karena itu perusahaan diharapkan dapat meningkatkan frekuensi pemberian hadiah langsung terutama dalam bentuk bonus penambahan isi.
- 2. Mengenai kegiatan periklanan melalui media televisi yang dilakukan oleh sabun deterjen So Klin, responden memiliki tingkat perhatian yang rendah terhadap iklan sabun deterjen So Klin. Responden jarang menyaksikan iklan hingga tuntas. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kembali daya tarik dengan menggunakan model yang lebih popular dan juga

- memperbanyak variasi iklan televisi yang ditayangkan agar konsumen tidak merasa jenuh dengan iklan tersebut.
- 3. Perusahaan juga dapat lebih meningkatkan kembali kegiatan promosi penjualan dan juga periklanan melalui media televisi, dan juga kedua kegiatan tersebut dapat berjalan dengan selaras dimana kegiatan periklanan melalui media televisi yang dilakukan dapat mendukung kegiatan promosi penjualan.

