

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi sederhana yang dilaksanakan mengenai pengaruh media iklan *above the line* terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. A. Hampir seluruh responden menyatakan bahwa periklanan media *above the line* melalui media televisi tepat .  
B. Hampir seluruh responden menyatakan bahwa periklanan media *above the line* melalui media radio tepat .
2. Hampir seluruh responden menyatakan bahwa keputusan pembelian oleh konsumen baik.
3. Terdapat pengaruh yang baik dari media *above the line* terhadap keputusan pembelian konsumen

#### 5.2.Rekomendasi

Dari hasil penelitian, hal-hal yang dapat peneliti rekomendasikan pada PT Torabika Eka Semesta dalam kegiatan mempromosikan produknya terutama Torabika adalah sebagai berikut :

1. A. Dalam melakukan kegiatan iklannya di media televisi produsen kopi Torbika harus lebih memikirkan daya tarik iklannya dengan membuat suatu desain atau kemasan iklan yang menarik dan tepat dalam menyamikan pesan iklan.

- A. Dalam melakukan kegiatan iklannya di media radio produsen kopi Torbika harus lebih memikirkan frekuensi penayangan iklannya sehingga konsumen dapat dengan mudah mengenal produk yang di iklankan.
2. Menggunakan Slogan serta penggunaan publik figur yang sedang di gandrungi oleh masyarakat sebagai bintang iklan kopi Torabika yang mampu memberi tempat yang baik terhadap produk dan perusahaan di benak konsumen, sesuai dengan sasaran pasar yang dituju perusahaan.
  3. Menambah nilai manfaat produk, agar konsumen merasa puas, dan akhirnya loyal terhadap produk ini.

