

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap pelaksanaan media iklan televisi yang dilakukan oleh PT Mayora untuk kategori biskuit yaitu biskuit Roma, maka diketahui bahwa dimensi ketepatan tujuan iklan pada item ketepatan dalam membujuk konsumen agar membeli biskuit Roma memiliki skor yang paling besar. Ini dikarenakan iklan yang ditayangkan di televisi memiliki salah satu kelebihan yaitu bisa mendramatisasi produk yang diiklankan. Sedangkan untuk frekuensi, item yang memiliki skor yang paling besar ialah pada item penayangan iklan biskuit Roma. Untuk daya tarik iklan, yang mendapatkan skor yang paling besar ialah alur cerita iklan. Iklan biskuit Roma memiliki alur cerita yang mudah untuk dipahami karena pesan yang ingin disampaikan tidak berbelit-belit. Untuk keefektifan, item pengaruh iklan memiliki skor yang paling besar. Karena iklan yang ditayangkan memiliki pengaruh yang tinggi dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk biskuit Roma.
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap pelaksanaan harga jual yang ditetapkan oleh PT Mayora, maka diketahui bahwa tanggapan responden terhadap tingkat harga yang ditetapkan perusahaan adalah beragam. Untuk dimensi kesesuaian pada item kesesuaian harga dengan kualitasnya mendapatkan skor yang paling besar. Ini berarti uang yang dikeluarkan oleh konsumen sesuai dengan kualitas produk biskuit Roma. Untuk daya saing, item yang memiliki skor yang paling tinggi ialah harga

produk biskuit Roma lebih murah dibandingkan dengan produk pesaingnya. Untuk kewajaran, item yang memiliki skor yang paling tinggi ialah kewajaran harga jual yang ditetapkan.

3. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap keputusan pembelian biskuit Roma, maka diketahui bahwa untuk pilihan produk, item keberagaman rasa memiliki jumlah skor yang paling tinggi. Sedangkan untuk pilihan merek, item yang memiliki skor paling tinggi ialah keinginan membeli merek Roma. Untuk pilihan penyalur, item kemudahan lokasi mendapatkan skor paling tinggi. Ini dikarenakan produk Biskuit Roma mudah ditemukan baik itu di supermarket ataupun di warung-warung. Untuk pilihan waktu pembelian, yang mendapatkan skor paling tinggi ialah kebutuhan akan biskuit Roma. Sedangkan untuk pilihan jumlah pembelian, item frekuensi berbelanja memiliki skor yang paling tinggi.
4. Media iklan televisi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian biskuit Roma.
5. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian biskuit Roma.
6. Variabel independen yaitu media iklan televisi dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian biskuit Roma, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

5.2 REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut ini.

1. Tanggapan responden terhadap ketepatan tujuan iklan pada item menginformasikan mendapatkan skor yang paling rendah. Konsumen merasakan bahwa iklan yang ditayangkan di televisi dirasakan kurang bisa menginformasikan produk dan keunggulan biskuit Roma. Sehingga perusahaan (PT Mayora Indah) harus lebih inovatif dalam merancang iklan yang akan ditayangkan, agar konsumen dapat memperoleh informasi yang lengkap mengenai produk dan keunggulan biskuit Roma. Yang pada akhirnya dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Dimensi kewajaran harga jual, pada item kewajaran harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan memiliki skor yang paling rendah. Konsumen menilai bahwa harga yang ditetapkan kurang tepat. Sehingga perusahaan bisa mengeluarkan berbagai variasi bukan hanya dalam rasa, melainkan variasi dalam isi (gr) dalam setiap kemasan produknya. Dengan begitu bisa menjangkau semua kalangan konsumen baik itu konsumen tingkat atas, menengah maupun konsumen level bawah.
3. Tanggapan responden mengenai jumlah pembelian memiliki skor yang paling rendah. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah pembelian terhadap produk biskuit Roma ialah dengan mengeluarkan variasi rasa yang baru yang lebih inovatif lagi, sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk biskuit Roma. Cara lain bisa dengan undian hadiah atau kupon hadiah bagi konsumen yang membeli dalam jumlah banyak.