

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji pengaruh variabel media iklan televisi dan *celebrity endorser* terhadap preferensi konsumen dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan promosi yang diterapkan oleh Pepsodent salah satunya adalah iklan, media televisi merupakan media utama Pepsodent untuk mengiklankan salah satu produk mereka yaitu pasta gigi Pepsodent, dengan menggunakan *celebrity endorser* dalam iklan bertujuan untuk mempengaruhi dan menarik perhatian konsumen sehingga pasta gigi Pepsodent dapat menjadi preferensi atau pilihan utama konsumen dalam memilih pasta gigi
2. Nilai t hitung pada variabel media iklan televisi (X_1) adalah sebesar 10,823 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $0,000 < 0,05$ Maka dapat disimpulkan bahwa variabel media iklan televisi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel preferensi konsumen
3. Nilai t hitung pada variabel *celebrity endroser* (X_2) adalah sebesar 7,656 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $0,000 < 0,05$ Maka dapat disimpulkan bahwa *celebrity endrose* mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap preferensi konsumen

4. Pada penelitian ini juga di uji hubungan antara *celebrity endorser* dengan media iklan televisi, Nilai t hitung pada variabel *celebrity endroser* (X_2) adalah sebesar 9.850. dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *celebrity endorser* mempunyai hubungan yang signifikan terhadap media iklan televisi

5.2 Saran

Dari pembahsan, hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba memberikan saran. Adapun saran operasional untuk kepentingan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Agar pesan iklan Pepsodent lebih dapat dimengerti dan dipahami konsumen hendaknya pesan iklan dikemas dengan cara penyampaian yang lebih kreatif dan mengikuti trend yang sedang terjadi
2. Hendaknya promosi iklan tidak hanya gencar pada media iklan televisi saja, akan lebih baik bila mengkombinasikan promosi iklan di berbagai media dengan intipesan yang sama
3. Untuk membuat agar iklan lebih efektif hendaknya perusahaan lebih memperhatikan pemilihan waktu penayangan iklan dimana iklan akan lebih efektif pada waktu prime time karena konsumen yang menonton tayangan televisi cenderung lebih banyak
4. Pepsodent diharapkan untuk membantu *endorser* untuk meningkatkan kemampuan mempengaruhi masyarakat dengan mengikutsertakan

endorser dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh Pepsodent

5. *Endorser* diharapkan untuk mempertahankan atau meningkatkan citra positif pada masyarakat dengan tidak melakukan perbuatan yang melanggar norma dan nilai yang berlaku dimasyarakat
6. Inovasi harus terus dilakukan agar meningkatkan reputasi produk Pepsodent itu sendiri baik dimata nasional maupun internasional
7. Pepsodent hendaknya mengeluarkan desain kemasan baru yang lebih menarik tanpa menghilangkan ciri khas itu sendiri seperti mengeluarkan edisi khusus dengan tema tertentu sehingga mampu menarik perhatian konsumen
8. Pepsodent sebaiknya lebih mengembangkan kemampuan pasta gigi tersebut dalam hal ini menjaga kesehatan mulut sehingga pasta gigi Pepsodent dapat menjadi pilihan utama para konsumen dalam memilih pasta gigi dengan *feature* yang lebih baik dibanding pasta gigi sejenis

utama atau preferensi konsumen dalam memilih produk pasta gigi

Saran untuk akademisi yaitu:

1. Memilih variabel yang lebih menarik untuk diteliti dan belum pernah diteliti sebelumnya sehingga memberikan pengetahuan baru baik bagi peneliti maupun orang lain
2. Sebelum memilih objek penelitian, peneliti hendaknya memperhatikan betul tentang objek penelitian yang akan diteliti sehingga penelitian dapat berjalan objektif dan dapat dipertanggungjawabkan hasil penelitian yang