

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisa terhadap pelaksanaan periklanan pada PT. Contimas Utama Indonesia, maka dapat dikemukakan kesimpulan dan saran yang akan diuraikan di bawah ini .

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap iklan pada PT. Contimas Utama Indonesia (*Carrefour hypermarket*) dengan menggunakan Metoda Analisa Deskriptif dan Metoda Analisa Korelasi Spearman, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang cukup erat antara Efektifitas Iklan dengan Keputusan Konsumen. Dimana iklan yang efektif akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang diiklankan. Dengan demikian target atau respon yang dikehendaki perusahaan dapat dicapai.

#### 5.2 Saran-saran

1. Perusahaan sebaiknya menggunakan lebih banyak lagi media-media penyampaian iklan yang lain, seperti radio atau televisi atau memasuki dunia teknologi informasi seperti *e-commerce* bahkan *e-shopping on line* yang mulai berkembang saat ini.
2. Perusahaan sebaiknya juga mengumpulkan umpan balik agar dapat memberikan perubahan-perubahan pada bentuk iklan sesuai dengan selera konsumen.

3. Perusahaan agar lebih kreatif dan inovatif dalam menyampaikan iklan. Tidak hanya menggunakan jenis dan harga produk yang dipromosikan, namun bisa ke arah *brand image* perusahaan.
4. Iklan yang berwarna pada koran yang disajikan pada tiap akhir minggu seperti pada katalog tentu akan lebih menarik dibanding yang hanya berwarna hitam dan putih.
5. Perusahaan juga sebaiknya melakukan evaluasi terhadap efektifitas iklan *Carrefour* melalui kuisisioner berhadiah sehingga menarik konsumen untuk berpartisipasi. Dengan demikian perusahaan dapat mengetahui apa yang tidak dan disukai konsumen serta apa kelebihan dan kekurangan pelayanan perusahaan menurut pelanggan.