

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian pengaruh tayangan iklan *teaser* citra *handbody & lotion* pada ftv pacar pengganti pujaan hati di SCTV terhadap loyalitas merek (survei pemirsa televisi remaja perempuan di Mutiara Sentul RT 003/RW 10 Cibinong Bogor)

V.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian yang dibuat oleh peneliti yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh tayangan iklan *teaser* citra *handbody & lotion* pada ftv pacar pengganti pujaan hati di SCTV terhadap loyalitas merek (Survei pemirsa televisi remaja perempuan di Mutiara Sentul RT 003/RW 10 Cibinong Bogor).

- a. Dari hasil analisis inferensial uji koefisien korelasi atau uji korelasi diketahui bahwa tayangan iklan *teaser* citra *handbody & lotion* pada ftv di SCTV memiliki hubungan yang kuat terhadap responden dalam loyalitas merek citra *handbody & lotion*. Karena beriklan menggunakan *teaser* mempermudah target langsung tepat kepada segmentasi pasar, seperti responden mengetahui harga dari citra *handbody & lotion* yang memiliki kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau membuat responden setia akan citra.
- b. Sedangkan hasil uji regresi menjelaskan koefisien tayangan iklan *teaser* citra *handbody & lotion* pada ftv di SCTV(Variabel X) bernilai positif maka konstanta loyalitas merek (Variabel Y) akan mengalami peningkatan atau kenaikan sebesar dari nilai koefisien tayangan iklan *teaser* citra *handbody & lotion* pada FTV di SCTV (Variabel X)
- c. Pada uji hipotesis atau uji t disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara tayangan iklan *teaser* citra *handbody & lotion* pada ftv di SCTV terhadap loyalitas merek yang ditunjukkan oleh tayangan iklan (Variabel X) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap loyalitas merek (Variabel Y).

Dengan demikian, peneliti menganggap tayangan iklan *teaser* pada ftv di SCTV yang terbilang berhasil membuat loyalitas merek citra meningkat karena kemunculan tayangan iklan pada saat adegan berlangsung yang tidak dapat diskip membuat pesan yang disampaikan melalui model ftv langsung pada tepat target pasar citra *handbody & lotion*. Sehingga kini tayangan iklan *teaser* muncul diberbagai acara acara program di berbagai televisi.

V.2 Saran

Dari penelitian yang dilakukan dengan judul pengaruh tayangan iklan teaser citra *handbody & lotion* pada ftv di SCTV terhadap loyalitas merek yang dilakukan pada remaja perempuan di Mutiara Sentul RT 003/ RW 10 Cibinong Bogor, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

- a. Diharapkan iklan *teaser* mampu menjadi alternatif bagi pembuat iklan sebagai pengganti *billboard* pada media massa. Karena citra *handbody & lotion* dapat lebih berinovasi dalam membuat dan mengeluarkan iklan versi barunya dengan menggunakan pengaruh iklan *teaser* lainnya sehingga menyajikan iklan yang berbeda dan lebih kreatif.
- b. Kepada produsen citra *handbody & lotion* untuk lebih baik lagi dalam mempromosikan produknya karena walaupun sudah dikenal banyak kalangan strategi pemasaran tetap harus bersaing karena di era globalisasi saat ini pada produsen produsen pembuat iklan dari merek merek terkenal mulai memperkenalkan produk mereka dengan kualitas dan harga yang diinginkan para konsumen.
- c. Pengaruh antara tayangan iklan *teaser* pada ftv di SCTV televisi terhadap loyalitas merek masih kurang sehingga dapat dijadikan evaluasi bagi merek citra untuk memperbaikinya kembali untuk menjadikan iklan *teaser* sebagai sarana *launcing* produk baru.
- d. Penggunaan tayangan menarik dengan konsep kreatif dengan durasi yang singkat namun dimengerti oleh semua orang juga menjadikan salah satu alasan apakah pesan dalam iklan tersebut dapat diterima dan dimengerti oleh konsumen atau tidak.