BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *subliminal message* dan *soft selling* pada iklan rokok di televisi terhadap keputusan pembelian produk rokok di Kota Padang. Penelitian ini diakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang ada di Kota Padang. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada *subliminal messages* dapat disimpulkan bahwa ketika akan memutuskan untuk melakukan pembelian konsumen akan dipengaruhi oleh *awareness* dari iklan yang ditampilkan dikarenakan iklan rokok menampilkan daya tarik agar konsumen dapat memperhatikan iklan yang ditampilkan *knowledge* dalam iklan juga memberikan arahan pada konsumen agar dapat mengetahui makna yang terkandung dalam iklan rokok itu sendiri. *Perception* juga memberikan dampak tersendiri kepada konsumen melalui model dalam iklan yang membuat iklan rokok semakin hidup dan juga dapat memberikan gambaran akan apa yang bisa dilakukan oleh model tersebut setelah menggunakan produk rokok yang bersangkutan.
2. *Soft selling* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dikarenakan dalam melakukan pembelian konsumen mempertimbangkan beberapa aspek. *Feeling* memberikan dampak imajinatif kepada para konsumen dikarenakan dalam iklan rokok

mempunyai banyak daya tarik yang berupa imajinasi seseorang. *Implicitness* juga merupakan aspek yang membuat perokok mengerti akan pesan tersirat yang mudah diingat sehingga akan membuat para konsumen tetap mengkonsumsi rokok. *Image* d iklan rokok juga memberikan dampak tertentu kepada konsumen agar membuat iklan rokok mudah diingat melalui *tagline* yang sangat menghibur dan mudah diingat oleh para penonton iklan mereka.

5.2 Implikasi

1. Bagi Akademisi

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu di bidang pemasaran khususnya di bagian *advertising* dan bisa dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan atau memperbaiki sesuai dengan saran dan keterbatasan pada penelitian ini.

2. Bagi praktisi

   Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat dilihat bahwa *subliminal message* dan *soft selling* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya hasil temuan tersebut, diharapkan mampu memberikan masukan dan saran bagi industri lain untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas *marketing* agar bisa dapat menggunakan teknik *subliminal messages* dan *soft selling* yang sudah ada agar kedepannya dapat menarik konsumen lebih banyak.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJADJAAN BANGSA

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin bisa mempengaruhi hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, keterbatasan ini diharapkan dapat diperhatikan untuk penelitian di masa yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena tidak semua responden mendapat penjelasan secara mendetail dalam mengisi kuesioner dan responden tidak terlalu teliti dalam mengisi kuesioner.
2. Penelitian ini hanya mempertimbangkan pengaruh variabel *subliminal messages* dan *soft selling*. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain yang mungkin terkait dalam mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen rokok.
3. Penelitian ini meneliti tentang dampak iklan produk rokok yang notabennya adalah produk yang berbahaya. Padahal ada beberapa iklan dari industri yang berbeda menggunakan metode yang sama.

UNIVERSITAS ANDALAS
KEDJADJAAN
UNTUK BANGSA

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan-keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, maka ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut :

1. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel lainnya yang terkait dengan keputusan pembelian konsumen rokok
2. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk memilih industri yang berbeda karena masih banyak industri lain selain rokok yang menggunakan metode iklan yang sama.
3. Bagi produsen rokok agar tetap membawa aspek *subliminal message* dan *soft selling* karena hanya dengan itu produsen rokok tetap dapat memasarkan produknya walaupun terdapat aturan – aturan yang membatasi.
4. Diharapkan kepada industri lain dapat menggunakan teknik *marketing* serupa agar dapat menambah jumlah konsumen, karena dengan teknik *subliminal messages* dan *soft selling* ini sudah terbukti bahwa berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJADJAAN BANGSA