

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa:

1. Konsumen yang memiliki motor Vega sebagian besar adalah kaum pria yang berusia 31 – 40 tahun dan 21 – 30 tahun dan rata-rata konsumennya kebanyakan wiraswasta.
2. Waktu penayangan iklan motor Vega lebih sering ditayangkan pada malam hari sedangkan di waktu siang hari jarang sekali ditemukan iklan motor Vega. Selain itu juga perusahaan kurang memperhatikan frekuensi penayangan iklan motor Vega, hal ini terbukti dengan jarangya iklan motor Vega ditemukan dalam 1 bulan. Adapun faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam penentuan frekuensi iklan motor Vega di media televisi adalah karena biaya relatif mahal, padahal iklan yang baik akan mendapat tanggapan positif adalah pada media televisi.
3. Iklan Yamaha khususnya motor Vega mempunyai slogan "*Touching Your Heart*" yang mempunyai arti menyentuh hatimu, ini berarti produk Yamaha termasuk dalam slogan Intitusional dimana slogan ini diciptakan untuk membangun citra baik dari suatu perusahaan/institusi, tetapi dalam slogan yang dipakai menunjukkan tidak semua konsumen mengerti dengan arti slogan "*Touching Your Heart*". Hal ini disebabkan tidak semua konsumen

4. Pesan iklan motor Vega kurang diperhatikan, hal ini terbukti dengan banyak konsumen tidak mengerti pesan yang di sampaikan dan merasa pesan tersebut juga tidak memotivasi konsumen dalam melakukan pembelian motor Vega.
5. Iklan motor Vega juga kurang dalam menjelaskan manfaat produk motor Vega, jadi dalam hal ini fungsi-fungsi periklanan seperti : memberikan informasi akan produk kurang mendapatkan perhatian dalam mengiklan produk motor Vega tersebut.

B. SARAN

1. Berdasarkan penelitian konsumen yang memiliki motor Vega sebagian besar adalah kaum pria yang berusia 31 – 40 tahun, maka apabila perusahaan melakukan promosi sebaiknya yang menjadi target promosinya adalah kaum pria yang berusia 31 – 40 tahun dan pria yang berumur antara 21 – 30 tahun.
2. Disarankan frekuensi penayangan iklan untuk motor Vega lebih ditingkatkan sehingga merek produk Yamaha khususnya motor Vega selalu melekat di hati dan pikiran konsumen. Selain itu iklan motor Vega juga perlu ditayangkan pada waktu siang hari sehingga jangkauan konsumennya dapat lebih luas lagi. Dengan frekuensi penayangan iklan yang lebih sering pasti akan dapat meningkatkan volume penjualan motor Vega.
3. Slogan motor Yamaha, khususnya Vega “Touching Your Heart” juga mencantumkan arti dari slogan tersebut sehingga konsumen mengerti apa yang menjadi slogan motor Vega tersebut. Karena sebuah slogan biasa meringkas tema/ide utama keuntungan suatu produk untuk menyampaikan pesan yang

mudah diingat oleh konsumen. Jadi seharusnya slogan tersebut singkat, jelas dan juga mudah diingat.

4. Pesan dalam suatu iklan memegang peranan yang sangat penting. Hal ini disebabkan seringkali seseorang membeli suatu produk yang diiklankan dikarenakan pesan iklan yang ditampilkan menarik dan mengena pada diri orang tersebut. Jadi suatu perusahaan harus memperhatikan pesan yang akan disampaikan dalam suatu iklan, sehingga konsumen merasa tertarik dengan pesan yang ada pada motor Vega tersebut.
5. Kebanyakan dari konsumen membeli suatu produk adalah dikarenakan konsumen tersebut mengetahui manfaat akan produknya, produk tersebut dapat memuaskan keinginan konsumen, maka dari itu perusahaan perlu lebih memperhatikan fungsi-fungsi periklanan, apabila suatu perusahaan akan mengiklankan suatu produknya.