

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan semua uraian variabel dan analisi data semua variabel yang terkait dalam penelitian ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- (a) Bahwa iklan baris atau “Iklan Cesspleng” yang ditayangkan di Solopos sangat diminati oleh masyarakat. Terbukti 87% responden berminat apabila akan membeli barang/jasa akan memanfaatkan iklan cesspleng tersebut dan 76% responden berminat apabila hendak menjual barang/jasa akan memanfaatkan iklan cesspleng.
- (b) Diketahui juga bahwa masyarakat lebih memilih beriklan baris dengan paket 30 kali muat dengan jumlah baris 2 baris.
- (c) Pengaruh yang terjadi pada penelitian ini, diketahui bahwa terjadi pengaruh yang signifikan antara jumlah pemasangan iklan dengan paket yang banyak dengan respon yang ada. Jadi, dengan paket yang lama pasti akan terjadi banyak transaksi.

Jadi, hipotesa penelitian ini, berdasarkan pengujian data yang telah dilakukan tidak terbukti diterima. Kesimpulannya yaitu:”Semakin lama memasang iklan, berarti semakin banyak pula respon yang diterima oleh pemasang iklan”.

5.2. Saran-Saran

- (a) Berangkat dari kenyataan bahwa keberadaan “Iklan Cesspleng” pada Surat Kabar Solopos cukup mendapat perhatian pelanggan dan cukup dimanfaatkan pula pada waktu pelanggan memiliki kepentingan dalam membeli barang atau jasa, maka perlu kiranya bagi manajemen Solopos untuk tetap mempertahankan “Iklan Cesspleng” tersebut dan alangkah baiknya apabila dari pemasangan iklan tersebut ada suatu penghargaan kepada pelanggan iklan cesspleng dari pihak Solopos untuk memberikan sesuatu kepada pelanggannya dengan berbagai cara antara lain diadakan kupon undian berhadiah. Dengan cara-cara semacam itu akan menarik bagi para pemasang iklan untuk terus memperpanjang iklannya.
- (b) Untuk lebih meningkatkan jumlah pelanggan iklan ada baiknya apabila ada harga khusus yang diberikan pada hari tertentu yang sekiranya hari tersebut biasanya sedikit orang yang memasang iklan.