

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai “Persepsi Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Terhadap Iklan Televisi Sepeda Motor Honda, Suzuki dan Yamaha dengan kesimpulan bahwa hasil dari nilai rata-rata hitung (mean) setiap variabel menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap isi pesan dengan jumlah 381 dalam kategori baik, struktur pesan iklan dengan jumlah 361 dalam kategori baik, tampilan pesan iklan dengan jumlah 378 dalam kategori baik, sumber pesan iklan dengan jumlah 378 dalam kategori baik adalah baik.

5.2 Saran

Adapun saran yang dikemukakan peneliti sebagai berikut :

1. Periklanan cenderung dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Oleh karena itu, untuk menghasilkan iklan yang baik perusahaan dituntut untuk menjalankan elemen-elemen dari periklanan yang meliputi isi Pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan.
2. Lebih banyak menampilkan artis-artis muda sebagai pendukungnya, hal ini sesuai pasar yang dibidik oleh merek motor tertentu, misalnya merek motor Yamaha karena usia muda merupakan pangsa pasar yang sangat besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Roby, 2004. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid III : Jakarta
- Anwar, Sanusi, 2003. *Metodologi Penelitian Praktis untuk Ilmu Sosial dan Ekonomi*, Edisi Pertama, Penerbit Buntara Media, Malang.
- Assael, Henry. 2001. Consumer Behavior, Edition 6, Thompson Learning, New York. Bayu Puspita (Penerjemah) 2005. Perilaku Konsumen, PT. Media Jaya. Jakarta
- Buchari, Alma, 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung.
- Durianto, Sugiarto, Lie Joko. 2007. **Strategi Perilaku Merek**, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Iqbal, Hasan, 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Jefkins, Frank. 2008. Advertising, New York, Memilland Press Ltd, Haris Munandar (alih bahasa), 2010. Periklanan, Cetakan kedua, Penerbit ERLANGGA: Jakarta.
- Kasali, Rhenald, 2007, *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Cetakan keempat, PT. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. **Marketing Management**, Pretince Hall, New Jersey, Hasibuan (Penerjemah) 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid kedua, PT. Prehallido : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. Principeles of Marketing, Pretince Hall, New Jersey, W. Bakowanton (Alih Bahasa) 2010, Dasar Pemasaran, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. Marketing Management, Pretince Hall, New Jersey, Damos Sihombing (Alih Bahasa) 2012. Manajemen Pemasaran, Jilid I, Erlangga, Jakarta.

- Kotler Philip and Amstronng Gary. 2000, *Marketing Management*, Pretince Hall, New Jersey. Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benyamin Molan (Penerjemah) 2006. Manajemen Pemasaran, PT. INDEKS, Jakarta.
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu, 2002. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Penerbit Refika Aditama, Jakarta.
- Mowen, C. John, Michael, 2002. *Consumer Behavior*, Pretince Hall, New Jersey Lina Salim (Penerjemah) 2009, Perilaku Konsumen, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Nurul, Ayunda, 2013. **Analisis pengaruh jingle iklan Sepeda Motor Honda Beat di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian di Wilayah perkotaan Jember**, Skripsi, Jurusan Manajemen Universitas Jawa Timur, http://eprints.org/download_artic'e
- Riduwan, 2003. *Dasar-Dasar Statistika*, Edisi III, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Setiadi, Nugroho. J. 2010. Periklanan Manajemen, Strategi Periklanan. Jakarta: Erlangga.
- Sidin Siti Aminah, 2011. Pengaruh Celebrity Endorser Iklan Televisi Terhadap Brand Image Konsumen Sepeda Motor Yamaha di Kota Kupang, <http://eprints.ac.id/skripsi002.pdf>
- Stanton, Wiliam. 2001. Advertising Principles. Pritince Hall, New Jersey, Ferdinan Imam (Penerjemah) 2003. Prinsip - Prinsip Pemasaran, Jilid Tujuh, Erlangga, Jakarta
- Sujana Teguh Ismaya, 2006. Persepsi Konsumen Terhadap Iklan Sepeda Motor Yamaha Mio (Studi Pada Konsumen PT. Harapan jaya). Skripsi Sarjana FE Universitas Diponegoro Semarang. www.eprints.undip.ac.id/69000/1/skripsi_Pdf.pdf
- Sumarwan, Ujang. 2003. Perilaku Konsumen, Jilid II, PT. Primamedia, Bandung
- Supranto, J. 2003. Statistik Teori dan Aplikasi. Erlangga, Jakarta
- Swastha, Basu, 2006, *Azaz-azaz Marketing*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta.

Swastha, Basu & T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Swastha, Basu 2009 Konsep Pemasaran, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2012. Strategi Pemasaran, Yogyakarta.

Umar, Husain, 2009. **Metode Penelitian**, Edisi II, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Umar, Husain, 2010. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Edisi III. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

Wibowo. 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi I, Erlangga, Jakarta