

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji terhadap beberapa konsep mengenai perasaan positif, perasaan negatif, sikap terhadap iklan, sikap terhadap merek, dan keinginan untuk membeli. Dari hasil penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perasaan positif tidak berpengaruh secara positif kepada sikap terhadap iklan
2. Perasaan negatif tidak berpengaruh secara negatif kepada sikap terhadap iklan
3. Perasaan positif tidak berpengaruh langsung secara positif kepada sikap terhadap merek
4. Perasaan negatif tidak berpengaruh langsung secara negatif kepada sikap terhadap merek
5. Sikap terhadap iklan berpengaruh secara positif kepada sikap terhadap merek
6. Sikap terhadap merek berpengaruh positif terhadap keinginan untuk membeli.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki keterbatasan dalam berbagai hal antara lain diuraikan sebagai berikut:

1. Instrumen penelitian ini mengacu pada jurnal Nancy Spears dan Surendra N. Singh yang diujikan pada responden yang berbeda. Perbedaan yang dimaksud disini adalah dari segi karakteristik responden yang berbeda dari segala sisi baik budaya, tingkat pendidikan, dan status sosial. Perbedaan karakteristik responden ini juga menimbulkan hasil penelitian yang berbeda pula.
2. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nancy Spears dan Surendra N. Singh meneliti kurang lebih 6 produk dari berbagai jenis dan kategori produk mulai dari minuman ringan, *tape recorder*, alat-alat pembersih, otomotif, sepatu olahraga sampai dengan jam tangan sedangkan pada penelitian ini hanya mengambil satu produk saja yang berkaitan dengan kesehatan yaitu produk Jamu Tolak Angin Sido Muncul.
3. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dimana peneliti hanya meneliti sikap dari responden setelah melihat iklan yang hanya diteliti sekali saja. Selain itu peneliti juga tidak menggunakan alat bantu *booklet* untuk menstimuli responden seperti yang dilakukan dalam penelitian Nancy Spears dan Surendra N. Singh
4. Peneliti dalam mengambil data di lapangan sebagian dibantu oleh enumerator sehingga untuk sebagian data yang didapat peneliti tidak dapat melakukan komunikasi secara langsung kepada responden untuk

menjelaskan maksud dari setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

5.3. Rekomendasi Penelitian Lanjutan

Berdasarkan pada keterbatasan yang dilakukan pada penelitian ini maka peneliti ingin memberikan rekomendasi atau saran untuk penelitian ini selanjutnya agar hasilnya dapat lebih sempurna. Rekomendasi tersebut antara lain:

1. Penelitian ini meneliti hanya satu produk saja yaitu hanya produk Jamu Tolak Angin Sido Muncul saja selanjutnya diharapkan meneliti lebih dari satu jenis produk yang dimiliki oleh PT. Sido Muncul. Hal ini dimaksudkan agar nantinya responden dalam memberikan jawaban atau saat mengisi kuesioner benar-benar mengingat produk dan tidak hanya sekedar mengisi saja.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan memfokuskan pada satu versi iklan yang dikeluarkan oleh PT. Sido Muncul sehingga jawaban responden akan lebih terfokus pada satu iklan tersebut. Penelitian yang difokuskan pada satu iklan tersebut diharapkan konsumen memberikan jawaban yang pasti terhadap pertanyaan dan menghindari jawaban yang bias dari responden. Penelitian selanjutnya diharapkan juga menggunakan alat bantu seperti *booklet* atau tayangan iklan untuk menstimuli responden sehingga jawaban responden nantinya akan menjadi lebih akurat dan tidak terjadi jawaban yang bias.