

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik BIK KIE (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Kesimpulan

Sebagai dengan tujuan penelitian dan berdasarkan hasil dari analisis yang telah disajikan di dalam pembahasan bab IV, maka di dapat kesimpulan :

1. Pendekatan harga dan teknologi pada 19 iklan Esia periode 2007-2013 memiliki peluang yang tidak sama besar. Ada kemungkinan pendekatan harga yang lebih besar dari pendekatan teknologi atau sebaliknya.
2. Pendekatan harga dan jaringan pada 19 iklan Esia periode 2007-2013 memiliki peluang yang tidak sama besar. Ada kemungkinan pendekatan harga yang lebih besar dari pendekatan teknologi atau sebaliknya.
3. Pendekatan harga dan kekuatan sinyal pada 19 iklan Esia periode 2007-2013 memiliki peluang yang tidak sama besar. Ada kemungkinan pendekatan harga yang lebih besar dari pendekatan kekuatan sinyal atau sebaliknya.
4. Pendekatan teknologi dan jaringan pada 19 iklan Esia periode 2007-2013 memiliki peluang yang tidak sama besar. Ada kemungkinan pendekatan teknologi yang lebih besar dari pendekatan jaringan atau sebaliknya.
5. Pendekatan teknologi dan kekuatan sinyal pada 19 iklan Esia periode 2007-2013 memiliki peluang yang tidak sama besar. Ada kemungkinan pendekatan teknologi yang lebih besar dari pendekatan kekuatan sinyal atau sebaliknya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Pendekatan jaringan dan kekuatan sinyal pada 19 iklan Esia periode 2007-2013 memiliki peluang yang sama besar. Ada kemungkinan pendekatan jaringan dan kekuatan sinyal merata pada 19 iklan

7. Hasil uji melalui Pearson's menunjukkan koefisien korelasi 0,46 yang menyatakan hubungan antara variabel harga dan kekuatan sinyal adalah yang tertinggi diantara pendekatan variabel pendekatan iklan yang lain. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa di dalam menampilkan setiap iklan, Esia lebih mengutamakan penampilan promosi dengan harga yang murah dan juga kekuatan sinyal yang kuat. Kedua hal ini yang menjadi nilai jual yang melekat pada *brand* Esia sehingga menciptakan *image* kartu seluler CDMA termurah yang memiliki sinyal kuat di benak masyarakat.

Saran Penelitian

Adapun saran yang penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan keterbatasan yang ditemui selama penelitian, maka beberapa saran kepada peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama yaitu: penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut mengenai iklan Esia di media lainnya tidak hanya terpaku pada media internet saja.
2. Metode yang digunakan oleh peneliti selanjutnya bisa menggunakan analisis isi komparatif antara dua variabel, tidak hanya satu jenis variabel saja.
3. Sedangkan untuk PT. Bakrie Telecom dan biro iklan :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Biro Iklan : Di dalam melakukan analisis isi mengenai iklan esia ini, penulis menemukan bahwa pendekatan iklan mengenai harga lebih dominan dibandingkan dengan pendekatan iklan lainnya. Saran dari penulis adalah karena banyaknya operator *handphone* yang mengedepankan pendekatan harga dalam penampilan iklannya, biro iklan dapat membuat iklan yang lebih kreatif dengan pendekatan jaringan atau kekuatan sinyal yang lebih dominan.

b. PT. Bakrie Telecom lebih mengembangkan inovasi serta strategi pemasarannya seperti jangkauan telepon luas ke seluruh Indonesia dan di beberapa negara lainnya dengan harga yang murah seperti telepon rumah agar dapat lebih menarik sikap konsumen dan daya tarik minat beli konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.