

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari kesimpulan yang telah didapatkan oleh peneliti yang kemudian data tersebut dianalisis maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Iklan Ponds Flawless White berpengaruh terhadap minat beli pada masyarakat Celep Kelurahan Celep Kecamatan Sidoarjo. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis Chi-Kuadrat yang menunjukkan nilai $XO^2 = 4$. Sedangkan dalam tabel harga Chi-Kuadrat nilai taraf signifikan 5% = 3,841 Hal ini berarti nilai $XO^2 - XT_s^2 (4 > 3,841)$ sebagai konsekuensinya bahwa hipotesa kerja diterima sedangkan hipotesa nihil ditolak ($H1 > H0$).
2. Seberapa besar tingkat pengaruh Iklan Ponds Flawless White terhadap Minat Beli pada masyarakat Celep Kelurahan Celep Kecamatan Sidoarjo sebesar 0,30. Angka itu menyatakan bahwa pengaruh Iklan Ponds Flawless White terhadap Minat beli pada masyarakat Celep Kelurahan Celep Kecamatan Sidoarjo.

B. Saran

Terbuktinya hipotesa kerja yang menyatakan ada pengaruh Iklan Ponds Flawless White terhadap Minat Beli masyarakat Celep Kelurahan Celep

Kecamatan siudoarjo. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa adanya kecenderungan minat beli terhadap krim pemutih Ponds Flawless White oleh masyarakat Celep dengan harapan mempunyai wajah yang cantik, putih dan sehat. Karena itulah saran ini kami tujukan kepada pihak-pihak yang bertanggung jawab terhadap kosmetik kecantikan, sebagai berikut :

1. Untuk para Produsen (pabrik produksi kecantikan) harus memperhatikan kualitas bedak produksinya untuk diujikan ke laboratorium dan didaftarkan ke P.O.M. Apakah berbahaya untuk konsumennya atau tidak.
2. Untuk para konsumen (remaja dan Ibu-Ibu) hendaknya berhati-hati dalam memilih produk-produk kecantikan yang baru dimana banyak menawarkan hasil kulit wajah yang putih dan kencang secara instan dengan harga yang ekonomis. Jadi kita sebagai konsumen harus jeli dan teliti dalam memilih hasil produk kosmetik sesuai dengan jenis kulit kita jangan ikut-ikutan.
3. Untuk lembaga Departemen Kesehatan khususnya (BPOM) harus lebih teliti mengawasi dan menyensor hasil-hasil produk yang dapat membahayakan kesehatan kulit wajah.

C. PENUTUP

Dengan ucapan Al-Hamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, karena berkat rahmat Allah dan Hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan dalam ridho-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang amat sederhana ini.

Dan mudah-mudahan Skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Sebagai kata akhir, penulis diharapkan pada semua pembaca untuk dapat memberikan sumbangan pikiran, serta koreksi, mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan.

Akhirnya hanya kepada Allah-lah, kiranya dapat mengharap taufiq serta hidayah-Nya kepada kita sekalian dalam kehidupan sehari-hari.

**PENGARUH IKLAN PONDS FLAWLESS WHITE DITELEVISI
TERHADAP MINAT BELI (Pada Masyarakat Celep, Kelurahan Celep,
Kecamatan Sidoarjo)**

A . KARAKTERISTIK PENONTON :

1. Apakah anda suka menonton Televisi diwaktu luang ?
 - a. Ya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak
2. Apakah anda memindahkan channel sewaktu iklan ditayangkan ?
 - a. Ya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak
3. Apakah anda pernah melihat iklan Ponds Flawless White di televisi ?
 - a. Ya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak
4. Apakah anda menyukai iklan Ponds Flawless White di televisi ?
 - a. Ya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak
5. Berapa pengeluaran anda setiap bulan ?
 - a. Lebih dari Rp 750.000
 - b. Rp 400.000-725.000
 - c. Dibawah Rp 400.000

B. IKLAN PONDS FLAWLESS WHITE :

1. Bagaimana penilaian anda terhadap tayangan iklan Ponds Flawless White di televisi ?
 - a. Sangat menarik
 - b. Menarik
 - c. Biasa saja
2. Setelah anda mengetahui iklan Ponds Flawless White di televisi, Apakah anda ingin menggunakan krim Ponds Flawless White ?
 - a. Ingin sekali
 - b. Ingin
 - c. Biasa saja
3. Apakah anda memahami isi pesan iklan Ponds Flawless White yang di tayangkan di televisi ?
 - a. Paham sekali
 - b. Paham
 - c. Biasa saja
4. Apakah anda tertarik pada produk Ponds Flawless White tersebut ?
 - a. Sangat tertarik
 - b. Tertarik
 - c. Biasa saja
5. Jika tertarik seberapa besar penilaian anda terhadap bintang iklan Ponds Flawless White ?
 - a. Sangat bagus sekali
 - b. Bagus
 - c. Biasa saja
6. Dari instrument lagu yang di gunakan iklan tersebut, apakah anda tertarik untuk mendengar dan melihatnya ?
 - a. Ingin sekali
 - b. Ingin
 - c. Biasa saja
7. Setelah melihat iklan atau mendengar musik yang dipakai dalam iklan, apakah menambah keyakinan akan ketetapan produk sebagai pemutih wajah ?

- a. Sangat Yakin b. Yakin c. Biasa saja
8. Setelah melihat bintang iklan Ponds Flawless White, Apakah anda ingin mencoba untuk memahami produk tersebut ?
- a. Ingin Sekali b. Ingin c. Biasa saja

C. MINAT BELI :

1. Dari kualitas produk tersebut, Apakah anda tertarik untuk mencoba Ponds Flawless White ?
- a. Ingin sekali b. Ingin c. Biasa saja
2. Apakah ada keinginan untuk membeli Ponds Flawless White ?
- a. Ingin saja b. Ingin c. Biasa saja
3. Menurut anda bagaimana soal harga Ponds Flawless White di pasaran ?
- a. Mahal sekali b. Mahal c. Biasa saja
4. Setelah mengetahui harga Ponds Flawless White, Apakah anda berminat untuk membelinya ?
- a. Minat membeli b. Membeli c. Biasa saja
5. Sebelum anda membeli produk Ponds Flawless White, Apakah ada pengaruh lingkungan seperti keluarga dan teman untuk mengetahui anda supaya membeli produk tersebut ?
- a. Sangat pengaruh sekali b. Berpengaruh c. Biasa saja
6. Apakah ada pengaruh dari tenaga sales yang mempengaruhi anda untuk berminat membeli produk tersebut ?
- a. Ya, Sangat b. Kadang-kadang c. Tidak
7. Selain iklan Ponds Flawless White di televisi, Apakah iklan dari nada cetak dan radio juga mempengaruhi minat beli terhadap produk Ponds Flawless White ?
- a. Ya, Sangat b. Kadang-kadang c. Tidak
8. Setelah anda menggunakan produk Ponds Flawless White, Apakah anda pernah berkeinginan produk pindah k produk lain ?
- a. Ya pingin sekali b. Kadang-kadang c. Tidak

DAFTAR PUSTAKA

- Umar, Husein, 2002, Metode Riset Komunikasi Organisasi, Jakarta , PT . Gramedia Utama
- Kasali, Renald, 1995, Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya cet IV , Jakarta , Pustaka Utama , Grafiti
- Herawati , F Anita, 2002 , Jurnal ISIP “ Upaya melakukan Cognition Disunance Dalam Iklan, Yogyakarta, Fak Sos Pol Univ.Atmajaya
- Rahmat, Jalaluddin , 2001 , Metode penelitian komunikasi , Bandung , PT Remaja Rosdakarya
- Poerwadarminto, W.J.S, 1985, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta , Balai Pustaka
- Alo, Liliweri, 1992, Dasar – Dasar Komunikasi Periklanan, Bandung ; Citra Aditya Bhakti
- Arikunto, Suharsimi, 2002, prosedur Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta ; Rineka Cipta
- Madarlis, 1995, Metode Penelitian Pendekatan Praktek, Jakarta ; Rineka Cipta
- Rahmad jalalludin, 1991, Psikologi Komunikasi, bandung ; Remaja Rosda karya
- Rahmad Jalalludin, 1999, Metode Penelitian Komunikasi, Jakarta ; Remaja Rosda karya
- Sarwono, Sarlito, W, 1998, Teori – Teori Psikologi Sosial, Jakarta ; Remaja Garafindo Persada
- Sarwono, Sarlito, W, 2003 Psikologi, Raja Grafindo Persada
- Asmajasari, Magdalena, Study Periklanan Dalam Persepektif komunikasi Pemasaran, Malang UMM press, 1997
- Rahmad, Jalalludin, Metode Penelitian Komunikasi, Bandung ; PT Remaja Rosda Karya, 2001
- Rahmad, Jalalludin, Psikologi komunikasi, bandung ; Remaja Rosda karya, 2004

- Suharsimi, Arikunto, *Prosedur penelitian*, Yogyakarta ; Rineka Cipta, 2000
- Susanto, S. Astrid, *Kom Dim Teori dan Praktek*, Bandung ; Bina Cipta, 1989
- Soegiono, *Statistik Untuk Terapan*, Yogyakarta ; PT. Rineka Cipta, 2002
- Mangkunegara, AA. Anwar Prabu, *Psikologi Menjual*, Bandung ; Trigenda Karya, 1993