

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif periklanan rokok Clas Mild terhadap minat beli konsumen. Hal ini diketahui dari hasil uji parsial dimana nilai signifikan variabel periklanan sebesar 0,000 yang berada di bawah nilai alpha 0,05, dengan besaran pengaruh periklanan rokok Clas Mild terhadap minat beli konsumen sebesar 48,8 persen. Berdasarkan hasil jawaban responden diketahui sebagian besar responden (47,31 persen) menyukai periklanan yang dilakukan Clas Mild yang menggunakan media televisi.
2. Terdapat pengaruh positif promosi penjualan rokok Clas Mild terhadap minat beli konsumen. Hal ini diketahui dari hasil uji parsial dimana nilai signifikan variabel promosi penjualan sebesar 0,002 yang berada di bawah nilai alpha 0,05, dengan besaran pengaruh promosi penjualan rokok Clas Mild terhadap minat beli konsumen sebesar 10,6 persen. Berdasarkan hasil jawaban responden diketahui sebagian besar responden (41,94 persen) menyukai promosi penjualan yang dilakukan Clas Mild dalam bentuk bonus.
3. Terdapat pengaruh positif penjualan perorangan rokok Clas Mild terhadap minat beli konsumen. Hal ini diketahui dari hasil uji parsial dimana nilai

signifikan variabel penjualan perorangan sebesar 0,021 yang berada di bawah nilai alpha 0,05, dengan besaran pengaruh penjualan perorangan rokok Clas Mild terhadap minat beli konsumen sebesar 5,9 persen. Berdasarkan hasil jawaban responden diketahui sebagian besar responden (44,09 persen) menyukai penampilan menarik SPG Clas Mild.

4. Terdapat pengaruh positif publisitas rokok Clas Mild terhadap minat beli konsumen. Hal ini diketahui dari hasil uji parsial dimana nilai signifikan variabel publisitas sebesar 0,028 yang berada di bawah nilai alpha 0,05, dengan besaran pengaruh publisitas rokok Clas Mild terhadap minat beli konsumen sebesar 5,4 persen. Berdasarkan hasil jawaban responden diketahui sebagian besar responden (39,78 persen) setuju dengan pernyataan menyukai penyelenggaraan *special event* yang dilakukan Clas Mild.
5. Terdapat pengaruh positif periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, dan publisitas rokok Clas Mild terhadap minat beli konsumen sebesar 74 persen. Secara keseluruhan sebagian besar responden menyukai kegiatan periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, dan publisitas yang dilakukan Clas Mild.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *promotion mix* terhadap minat konsumen membeli rokok Clas Mild.

B. Saran

Memperhatikan hasil kesimpulan maka beberapa hal yang perlu diperbaiki oleh Clas Mild antara lain

1. Kegiatan periklanan melalui media televisi perlu terus dipertahankan mengingat sebagian besar responden menyukai iklan yang ditayangkan pada keempat media tersebut..
2. Kegiatan promosi penjualan melalui bonus yang menarik dan paket harga murah, perlu terus dipertahankan.
3. Kegiatan penjualan perorangan melalui SPG perlu terus dipertahankan melalui peningkatan program pendidikan dan latihan (Diklat) bagi mereka.
4. Kegiatan publistitas melalui penyelenggaraan *special event* perlu terus dipertahankan dengan melibatkan pada beberapa pihak terkait khususnya para *event organiser*.
5. Kegiatan periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, dan publisitas secara bersama-sama dapat terus ditingkatkan melalui perencanaan dan pelaksanaan yang terpadu.