

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap dua variabel yang diteliti maka dapat disimpulkan:

1. Hasil penyajian data memperlihatkan adanya pengaruh *product placement* Sari Roti pada film Dilan 1991 terhadap *purchase intention* penonton film Dilan 1991.
2. Dari hasil penyajian menunjukkan nilai-nilai persamaan regresi dari hasil penyajian data terdapat pengaruh antar kedua variabel yaitu *product placement* dengan variabel *purchase intention*. Nilai R Square adalah sebesar 0,473 yang artinya variabel X (*product placement*) memberikan kontribusi sebesar 0,473 atau 47,3% terhadap variabel Y (*purchase intention*).

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain penelitian ini menyatakan adanya pengaruh antara variabel X (*product placement*) terhadap variabel Y (*purchase intention*) penonton film Dilan 1991.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data dan simpulan maka saran dalam penelitian ini adalah:

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperkaya penelitian yang berkenaan dengan variabel *product placement* dengan *purchase intention* dengan cara meneliti topik sejenis menggunakan metode kuantitatif yang lebih mendalam dan objek penelitian yang lebih beragam demi memenuhi kebutuhan belajar Ilmu Komunikasi.

5.2.2 Saran Praktis

Melihat hasil kuesioner yang sudah tersebar, mendominasi jawaban ‘setuju’ dari para responden penonton film Dilan 1991. Hal ini dapat menjadi suatu bentuk motivasi bagi perusahaan lain untuk melakukan kegiatan *product placement* yaitu dengan menyisipkan *brand* dari perusahaan tersebut melalui film atau acara yang pasarnya sesuai dengan *brand* agar meningkatkan *customer* baru.

Untuk Sari Roti dapat meningkatkan kegiatan pemasaran *product placement* tidak hanya pada film namun juga dapat melalui acara yang ada pada televisi agar dapat memperluas pasar mereka.