

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab paling akhir atau bab penutup dari penelitian yang telah dilakukan. Pada bab ini akan di jelaskan kesimpulan dan saran. Berikut ini merupakan hasil penelitian berupa kesimpulan dari analisis dan saran untuk obyek penelitian yaitu Radio X.

6.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah diselesaikan oleh peneliti terdapat beberapa hal yang peneliti simpulkan untuk membantu kegiatan pemasaran di radio X sebagai berikut :

1. Dikarenakan pembahasan sudah sesuai dengan geografis dan demografis audiens peneliti menyarankan untuk melanjutkan format program siaran yang telah diterapkan di program A.
2. Berdasarkan hasil pembahasan terkait pertanyaan psikografis responden yang dikaitkan dengan potensial klien radio, penulis tidak menyarankan untuk menawarkan program siaran A kepada pengobatan alternatif
3. Menggunakan hasil analisis tabulasi silang dari 4 persepsi yang disarankan oleh perusahaan untuk menjual program A karena ada hubungan yang signifikan yaitu :
 - a. Suka menginap di hotel terdapat hubungan signifikan dengan tingkat pengeluaran setiap bulan responden dimana tingkat pengeluaran responden adalah yang tertinggi yaitu lebih dari Rp. 3.000.000,-
 - b. Suka berbelanja kebutuhan pribadi hanya terdapat hubungan yang signifikan pada karakteristik responden jenis kelamin dimana karakteristik pendengar yang memilih jawaban setuju dan sangat setuju lebih di dominasi oleh kaum perempuan.
 - c. Suka bersama keluarga/rekan makan di restoran terdapat hubungan yang signifikan dengan pengeluaran setiap bulan dimana karakter responden didominasi oleh pengeluaran lebih dari Rp. 3.000.000,-, yang menjawab setuju dan sangat setuju.
 - d. Tertarik membeli teknologi terbaru terdapat hubungan yang signifikan pada karakteristik responden usia dan pengeluaran setiap bulan. Dimana usia yang paling banyak memilih setuju dan sangat setuju yaitu rentan 36 sampai 45 tahun dimana pada karakteristik responden di

penelitian ini terbanyak kedua adalah pendengar yang taraf pengeluarannya setiap bulan lebih dari Rp.3.000.000,- pada karakteristik responden di penelitian ini.

6.2. Saran

Untuk penelitian selanjutnya skala likert 1-5 sebaiknya tidak menggunakan skala 3 atau netral untuk menghindari rata-rata responden yang memilih untuk menjawab netral.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, S. I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- David, Fred, R. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, (Ed.12). Jakarta : Salemba Empat,
- Mardiani, I. E., Imanuel, O. J., (2013). *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online*. Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Jane, O., Banjarnahor, Samuel, Benedictus, A. (2006). *Analisis Iklan Layanan Masyarakat Demam Berdarah*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (1994). *Principles Of Marketing* (Ed. 14E). USA : Pearson Education
- Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta (2016). *Lembaga Penyiaran Swastan*. Diakses tanggal 30 Februari 2019 dari <http://www.kpid.jogjaprof.go.id>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jilid 1). Jakarta : Erlangga.
- Kusumawati, A. S. (2010). *Riset Pasar Produk Cokelat Praline Dengan Ciri Khas Budaya Daerah Istimewa Yogyakarta*. Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Morissan, M. A. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Morissan, M. A. (2011). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Televisi & Radio*, Jakarta : Kencana Predana Media Group
- Mulyana, D. (2010). *Persepsi Khalayak Terhadap Program Acara Televisi Reality Show Jika Aku Menjadi Trans TV (Kasus)*. Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

- Pearce, J. & Robinson, R. (2011). *Manajemen Strategik (Jilid 1)*. Tangerang : Binapura Kasara Publisher
- Pinastika, C. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Butik Daur Ulang Berdasarkan Penilaian Konsumen*. (Skripsi). Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Primasatya, A. G. (2014). *Riset Pasar Untuk Memulai Usaha Baru Klappertart*. Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Priansa, J.D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Rangkuti, F., (2013). *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Rizki, D.A., Munandar, J.M., Andrianto, M.S. (2013). *Analisis Persepsi Konsumen dan Strategi Pemasaran Beras Analog*. Bogor. Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Santoso, S., (2003). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS. (Versi 11.5)* Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Suharno (2010). *Marketing in Practice. (Ed. 1)*, Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu,
- Tjiptono, F., Gregorius, C. dan Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Wibosino, L.E. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna 4g XI Di Yogyakarta* (Skripsi). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yupita (2018). *Analisis Segmentasi Pasar Toko Aksesoris Wanita Hearts* (Skripsi). Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Lampiran 1 Hasil Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN SEGMENTASI PENDENGAR PROGRAM SIARAN A RADIO X YOGYAKARTA

Pertama-tama saya ucapkan terimakasih kepada Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini dimaksudkan untuk menunjang kegiatan peneliti selaku Marketing Radio X untuk mengetahui segmentasi pendengar program siaran "A" dengan harapan dapat meningkatkan efektifitas Strategi Marketing di Radio X Yogyakarta. Besar harapan penulis agar kuesioner ini dapat diisi dengan sebenar benarnya dan sebaik baiknya. Atas kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Radio X merupakan salah satu radio di Yogyakarta yang telah berdiri sejak 46 tahun yang lalu, radio ini memiliki chanel FM dengan frekuensi 94.X FM. Salah satu program siaran yang diunggulkan oleh manajemen adalah A yang di siarkan setiap Senin sampai dengan Jumat jam 6-10 pagi.

Hormat kami,
Farizky G. Simohartono / Account Executive
Radio X Yogyakarta

Bagian I : Berisi pertanyaan mengenai profil responden

- 1) Nama :
- 2) Alamat :
- 3) Apa jenis kelamin anda ?
 - a) Perempuan
 - b) Laki-laki
- 4) Berapa usia anda saat ini ?
 - a) <15 tahun
 - b) 15-25 tahun
 - c) 26-35 tahun
 - d) 36-45 tahun
 - e) >45 tahun
- 5) Pekerjaan anda
 - a) Pelajar/Mahasiswa
 - b) Wiraswasta
 - c) Karyawan swasta
 - d) Pegawai negeri
 - e) Lain-lain.....
- 6) Pengeluaran anda setiap bulan
.....
- 7) Musik format favorit
 - a) Indonesia
 - b) Mancanegara
- 8) Kritik dan Saran untuk program A
.....

Bagian II : Berisi pertanyaan pendapat responden

Berilah tanda (v) pada kolom yang telah di sediakan. Seberapa besar tingkat persetujuan anda terhadap pertanyaan berikut. Skala Likert antara 1-5 sebagai berikut :

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat setuju (SS)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Geografis						
1	Di wilayah saya mendengarkan jam 6-10 pagi A paling jernih frekuensinya					
2	Di desa maupun di kota bisa mendengarkan A					
3	Cuaca di daerah saya mendukung untuk mendengarkan A					
Demografis						
1	Program A paling sesuai dengan usia saya					
2	Pembahasan pada program A sesuai dengan jenis kelamin saya					
3	Pembahasan pada program A sesuai dengan taraf pengeluaran saya					
4	Pembahasan pada program A sesuai dengan taraf pendidikan saya					
5	Pembahasan pada program A sesuai dengan jenis pekerjaan saya					
Psikografis						
1	Saya suka ber olahraga					
2	Saya suka mendengarkan musik Oldies/Lagu lama					
3	Saya sering menginap di hotel					
4	Saya biasa menghabiskan waktu luang di rumah					
5	Saya biasa menghabiskan waktu luang bersama keluarga di cafe/restoran/mall/tempat hiburan lain					
6	Saya suka berbelanja kebutuhan pribadi (fashion, makeup, dsb)					
7	Saya suka membaca buku					
8	Saya suka berbelanja kebutuhan rumah tangga di minimarket/convenient store lainnya daripada di pasar tradisional					
9	Saya suka bersama dengan keluarga/rekan kerja makan di restoran					
10	Saya suka berbelanja bahan bangunan di supermarket bangunan daripada di toko besi					
11	Saya suka mengajak keluarga ke wahana bermain					
12	Saya tertarik dengan perkembangan teknologi					

	sehingga tertarik membeli teknologi baru					
13	Saya senang membeli kendaraan terbaru					
14	Saya senang membeli Gadget terbaru					
15	Saya lebih suka berobat ke pengobatan alternatif					