

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Dalam bab ini, peneliti akan menjelaskan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian pengaruh daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian Pelangi (Survei: Mahasiswa Beragama Islam Fakultas Kdokteran Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta).

#### **V.1 Kesimpulan**

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian Pelangi terhadap *brand equity*. Peneliti melakukan uji koefisien korelasi dan hasil yang didapat ialah hasil perhitungan dengan program SPSS Versi 20 maka dapat dijelaskan bahwa adanya korelasi antara kedua variabel tersebut, dimana nilai koefisien korelasi (R) didapatkan sebesar 0,573. Pada tabel koefisien korelasi terlihat bahwa kekuatan hubungan yang sedang dan signifikan pada daya tarik terhadap *brand equity* sebesar 0,000. Korelasi yang terjadi adalah pola searah, hal tersebut dilihat dari tidak adanya tanda (-) di depan angka 0,573 sehingga menunjukkan daya tarik memiliki hubungan yang sedang terhadap *brand equity*.

R Square ( $R^2$ ) merupakan koefisien determinasi (penguadratan dari koefisien korelasi) yang besarnya  $0.328 = 32.8\%$ . Hal ini berarti  $32.8\%$  *brand equity* (Variabel Y) ditentukan oleh daya tarik (Variabel X), sedangkan sisanya  $67.2\%$  ditentukan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti misalnya media luar ruang, *event*, dan lainnya.

Dalam uji regresi dapat diketahui bahwa  $Y = 10.741 + 0.822 X$  karena hasil  $b+$  maka angka variabel dependennya naik. Artinya jika pengaruh daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian Pelangi baik sebesar  $0.822 X$  maka *brand equity* akan mengalami peningkatan sebesar  $0.822$ .

Hasil perhitungan di atas diperoleh angka t hitung  $6.330$  t tabel tidak dihitung tetapi dilihat pada tabel t tabel  $df = N - 2$ ,  $df = 84 - 2 = 82$  signifikansi

dengan taraf signifikansi 10% diperoleh t tabel adalah 1.291. Sehingga terlihat bahwa nilai t hitung  $6.330 > t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa ada pengaruh daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian pelangi terhadap *brand equity*.

## V.2 Saran

Dari penelitian yang telah diadakan dengan judul besar “pengaruh daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian Pelangi terhadap *brand equity*” (Survei: Mahasiswi Beragama Islam Fakultas Kedokteran Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta) maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. Untuk HiLo Soleha, sebaiknya lebih menonjolkan manfaat dan kegunaan atau daya tarik rasionalnya pada iklan televisinya
2. Untuk HiLo Soleha sebaiknya intensitas iklan pada media televisi lebih sering ditampilkan
3. Untuk HiLo Soleha, sebaiknya menggunakan para ahli kesehatan yang terpercaya sebagai model iklannya. Untuk meningkatkan loyalitas pada produk