

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran terkait dengan hasil penelitian yang berjudul “ Pengaruh Daya Tarik Iklan PUYO *Dessert Salted caramel* di Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness*”

V.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian dan pembahasan yang didapat merupakan hasil dari penyebaran kuesioner dan hasil dari kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS22, maka peneliti menyimpulkan :

- A. Presentase tertinggi dari hasil penyebaran kuesioner dengan responden berjumlah 100, bahwa *followers* PUYO Dessert 15-25 tahun yang merupakan sebagian besar adalah wanita.
- B. Berdasarkan tabel 33, yang menggunakan SPSS *for windows* terdapat nilai korelasi r yaitu = 0,719, nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat karena terletak di antara 0,600-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi daya tarik iklan PUYO dessert salted caramel di media sosial *instagram* (Variabel X) maka semakin tinggi juga *brand awareness* (Variabel Y) *followers* terhadap iklan PUYO Dessert Salted Caramel
- C. Hasil uji hubungan dengan menggunakan Rank Spearman menggunakan SPSS22 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y.
- D. Melihat dari uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh daya tarik iklan PUYO dessert salted caramel di media sosial *instagram* terhadap *brand awareness*. Maka disimpulkan Variabel X atau variabel bebas yaitu Daya Tarik Iklan PUYO Dessert Salted Caramel memberi pengaruh sebesar 51,69% dan sisanya yaitu 48,31% dipengaruhi oleh faktor lain seperti lihat dari *booth* PUYO Dessert langsung, dan bisa juga dapat kabar dari mulut ke mulut.

V.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan Pengaruh Daya Tarik Iklan PUYO Salted Caramel di Media Sosial *Instagram* terhadap *Brand Awareness* maka peneliti memberikan saran:

- A. PUYO Dessert harus lebih banyak membuat iklan video lagi karena iklan video sangat menarik perhatian konsumen. Walaupun sudah cukup terkenal dan sukses tetapi tidak salah juga menyebar produk mereka ke media yang lain seperti di televisi atau yang lainnya.
- B. Untuk lebih meningkatkan *Brand Awareness* PUYO Dessert bisa membuat suatu acara yang berkonsep feminis sesuai dari konsep PUYO dessert tersebut.
- C. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang berbeda namun tetap menjadikan salah satu variabel daya tarik atau *brand awareness*, untuk dapat mengetahui apakah daya tarik dapat mempengaruhi hal lainnya selain *brand awareness* atau apakah *brand awareness* dapat mempengaruhi hal lainnya selain daya tarik.

