

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yaitu analisis data dan bahasan yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh bahwa R^2 sebesar 0,314, dan didapatkan koefisien determinasi sebesar 31,4%. Maka pengaruh variabel X dengan variabel Y adalah sebesar 31,4%. Sementara 68,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara keefektifan *tagline* dengan *brand image* OPPO. Hasil yang dilihat dari korelasi *Pearson Product Moment* didapat nilai r sebesar 0,588. Dari tabel interpretasi, maka nilai tersebut berada pada posisi 0,40-0,599 yang berarti termasuk kategori cukup lemah.
3. Berdasarkan table tabulasi silang didapatkan hasil keterkaitan antar dimensi variabel X dan variabel Y yang paling kuat adalah dimensi; (1) *provocative* dengan keunggulan, (2) *provocative* dengan keunikan, (3) *persuasive* dengan keunikan, dan (4) *memorable* dengan keunikan yang masing masing sebesar 67 (78,8%) dari 85 responden.

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap keefektifan *tagline* dengan *brand image* OPPO, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil yang diperoleh menunjukkan pengaruh angka yang kecil antara keefektifan *tagline* dengan *brand image*, sehingga diperlukan inovasi baru yang lebih menarik untuk menarik target utama yaitu para remaja.
2. *Tagline* baru OPPO belum mampu untuk menarik perhatian responden untuk memahami kelebihan dari sebuah produk yang diiklankan. Maka, produsen harus bergerak cepat untuk meyakinkan pasar bahwa produk tersebut merupakan produk yang berkualitas dari segi fitur maupun harga yang ditawarkan.
3. Dimensi *original* dengan kekuatan dan *believable* dengan kekuatan yang ada pada tabulasi silang *smartphone* OPPO menunjukkan angka yang paling kecil diantara dimensi yang lain, sehingga diperlukan terobosan baru untuk dapat mempengaruhi konsumen agar memberikan perhatian terhadap *tagline* maupun produk OPPO.

