

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian yang dibuat oleh peneliti yaitu, untuk mengukur besarnya pengaruh *brand ambassador* produk Potabee terhadap tingkat *brand awareness* (survei kepada siswa/i SMA Negeri 6 Tangerang Selatan) terdapat hubungan yang kuat antara variabel X dengan variabel Y. Artinya, *brand ambassador* produk Potabee mempengaruhi tingkat *brand awareness* bagi siswa/i SMA Negeri Tangerang Selatan. Kemudian hasil uji koefisien determinasi mendapatkan hasil 52,8% tingkat *Brand Awareness* (Variabel Y) ditentukan oleh *Brand Ambassador* (Variabel X). Peningkatan ini dikarenakan, *brand ambassador* memiliki daya tarik dan mampu menyampaikan produk Potabee kepada responden serta *brand ambassador* lebih mudah diterima dan dipercaya karena sesuai dengan target pasar Potabee. Sisanya sejumlah 47,2% ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian seperti pengaruh dari iklan televisi lainnya dan produk-produk kompetitor yang serupa. Hasil ini juga ditunjang dengan hasil uji signifikansi hipotesis yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh *Brand Ambassador* produk Potabee berpengaruh terhadap peningkatan *Brand Awareness* bagi siswa/i SMA Negeri 6 Tangerang Selatan.

V.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan judul pengaruh pengaruh *brand ambassador* produk Potabee terhadap tingkat *brand awareness* (Survei kepada siswa/i SMA Negeri 6 Tangerang Selatan), maka peneliti memberikan saran yaitu :

1. Potabee menggunakan *brand ambassador* mereka yaitu, Junior Liem untuk melakukan promosi-promosi yang menarik dan intensif agar dapat meningkatkan kesadaran merek pada konsumen.

2. Membuat *event-event* ke berbagai SMA, universitas, pusat perbelanjaan dan target pasar Potabee lainnya dengan konsep menarik dan unik agar konsumen lebih *aware* dan dapat menikmati produk Potabee.
3. Membuat iklan TVC yang menarik serta disesuaikan dengan target pasar Potabee yaitu, generasi millennial dan mengikuti perkembangan media, gaya hidup dan *trend*.

