

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Terpaan Iklan Melalui Media *Youtube* Dalam Tayangan *Move On Trip* Terhadap *Brand Loyalty* (*Member Group Facebook Samsung Galaxy J5 / J7 pro* Indonesia) peneliti menggunakan teori difusi inovasi yang dimana dikatakan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang, media dalam penelitian ini adalah *youtube* yang menjadi sarana dalam penyebaran *webseries move on trip* guna mempromosikan produk terbaru dari *Samsung*, dan pembahasan yang di dapatkan melalui penyebaran kuesioner yang selanjutnya data tersebut diolah dengan menggunakan SPSS, maka dapat disimpulkan :

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menurut hasil analisis frekuensi variabel X tingkatan sedang sebanyak 61 orang (61%), 37 orang (37%) kategori tinggi, 2 orang (2%) kategori rendah Sedangkan hasil analisis frekuensi variabel Y kategori sedang sebanyak 52 orang (52%), 46 orang (46%) kategori tinggi, 2 orang (2%) berkategori rendah. Dari jawaban responden yang ada, menunjukkan bahwa *brand loyalty* ada dalam tingkatan yang sedang yaitu sebanyak 52 responden atau sebesar 52%.
2. Hasil dari signifikansi output analisis regresi menggunakan program SPSS menyatakan jika signifikansi hasil output SPSS  $< 0.05$  maka terpaan iklan melalui media *youtube* dalam tayangan *move on trip* signifikan memberikan pengaruh terhadap *brand loyalty*.
3. Berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi, yaitu untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, maka dapat disimpulkan terpaan iklan melalui media *youtube* dalam tayangan *move on trip* mempunyai kontribusi sebesar 42.8% terhadap *brand loyalty* sedangkan sisanya 57.2% disebabkan oleh faktor yang lain yang tidak peneliti teliti dalam penelitian ini, seperti adanya terpaan iklan melalui media lainnya.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini yang berjudul Pengaruh Terpaan Iklan Melalui Media *Youtube* Dalam Tayangan *Move On Trip* Terhadap *Brand Loyalty* (survey kepada *Member Group Facebook Samsung Galaxy J5 / J7 pro Indonesia*), maka peneliti memberikan saran yaitu :

- a. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan bagi pihak *Samsung* dapat lebih gencar lagi dalam mempromosikan iklannya melalui media sosial. Karena saat ini media sosial tengah digandrungi oleh khalayak luas, jadi akan lebih efektif apabila *samsung* mempromosikan iklan dalam bentuk *webseries* lebih intens lagi di media sosial khususnya *youtube*

