

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan Traveloka terhadap *brand awareness* (survei pada pelajar SMP-SMA Negeri Ragunan Khusus Olahragawan, Jakarta Selatan) terdapat pengaruh yang sangat kuat antara terpaan iklan (Variabel X) terhadap *brand awareness* (Variabel Y). Kemudian hasil dari uji determinasi sebesar 69,7% *brand awareness* (Variabel Y) ditentukan oleh terpaan iklan (Variabel X). Sementara 30,3% ditentukan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Misalnya pengaruh dari media lain, pengaruh interpersonal, harga, lingkungan dan kompetitor. Hasil ini juga ditunjang dengan hasil uji hipotesis yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima yang dapat dikatakan terdapat pengaruh terpaan iklan Traveloka terhadap *brand awareness*.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan judul pengaruh terpaan iklan Traveloka terhadap *brand awareness* survei pada pelajar SMP-SMA Negeri Ragunan Khusus Olahragawan, Jakarta Selatan, maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. Lebih mengoptimalkan kinerja dari situs Traveloka.com. Perusahaan lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan dari konsumen dan selalu meningkatkan *brand awareness* yang positif dari situs Traveloka. Karena dengan *brand awareness* yang tinggi pada benak konsumen, akan meningkatkan niat pembelian tiket pesawat/*booking* kamar hotel pada situs Traveloka. Selain itu dari kinerja yang baik tersebut akan membentuk sugesti yang positif bagi konsumen yang akan berbagi pengalaman diberbagai media di internet mengenai situs Traveloka yang mana hal ini berguna bagi konsumen yang berniat untuk membeli tiket pesawat/*booking* kamar hotel pada situs Traveloka. Karena konsumen cenderung untuk membaca *review* dari konsumen lain secara *online* sebelum pada saat mereka berniat untuk melakukan pembelian.
2. Untuk mencapai tujuan sebaiknya Traveloka lebih kreatif dan berinovasi lagi dalam melakukan pemasaran atau marketing contohnya pemasaran tidak hanya

lewat media saja, sebaiknya Traveloka mengadakan kegiatan *event* dan hiburan dengan mengundang pelancong-pelancong internasional dan mengajak komunitas-komunitas untuk berpartisipasi.

