

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengukur besarnya Pengaruh *Product Placement* Torabika Cappuccino Pada Sinetron Anak Langit Terhadap *Brand Awareness* (survei kepada *member group fans club* sinetron Anak Langit di *Facebook*). Pembahasan yang didapat merupakan hasil dari penyebaran kuesioner dan hasil dari kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS *Versi 21*, maka peneliti menyimpulkan:

1. Karakteristik responden yang berjumlah 100 terdiri dari 42 responden laki-laki dan 58 responden perempuan, yang merupakan sampel dari penelitian kepada *member group fans club* sinetron Anak Langit di *Facebook*.
2. Hasil dari uji regresi, didapatkan nilai sebesar 0,989 yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh antara *product placement* Torabika Cappuccino pada sinetron Anak Langit terhadap *brand awareness*.
3. Berdasarkan hasil koefisien korelasi yang dihitung menggunakan SPSS *Versi 21*,  $r = 0,614$ , nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat karena terletak diantara 0,60 - 0,799, yang berarti terdapat hubungan yang positif yaitu tingkat hubungan yang kuat antara *product placement* dan *brand awareness*.
4. Dilihat dari uji koefisien determinasi, yaitu uji yang digunakan untuk mengukur besarnya peran atau pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Diketahui nilai korelasi  $r = 0,614$  dan nilai  $r^2 = 0,377$  maka dapat dikatakan (37,7%) *Brand Awareness* (variabel Y) ditentukan oleh *Product Placement* (variabel X) dan sisanya (62,3%) ditentukan oleh faktor lain yang tidak peneliti teliti.
5. Hasil dari uji hipotesis dengan uji t, diperoleh t hitung sebesar 7,702 dan t tabel sebesar  $>1,660$  maka dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh *Product Placement* Torabika Cappuccino Pada Sinetron Anak Langit Terhadap *Brand Awareness*.

## V.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh *Product Placement* Torabika Cappuccino Pada Sinetron Anak Langit Terhadap *Brand Awareness* (Survei pada *member group fans club* sinetron Anak Langit di *Facebook*), maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. Hendaknya Torabika Cappuccino meningkatkan lagi strategi beriklannya selain melalui *product placement* di sinetron dengan rating yang tinggi, bisa juga beriklan melalui film atau bahkan media lainnya selain iklan TVC, karena sekarang masyarakat sudah mulai meninggalkan iklan TVC karena dirasa mengganggu dan membosankan.
2. Torabika Cappuccino diharapkan lebih mampu untuk membuat konsumen sadar akan produknya dengan membuat event atau bazar di lokasi yang mendukung untuk dapat menjangkau target market secara cepat dan tepat.
3. Hendaknya Torabika Cappuccino membuat inovasi yang baru dalam membuat iklan untuk memasarkan produknya sehingga masyarakat semakin tahu akan produk torabika cappuccino dan semakin tertarik untuk mencobanya.
4. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang berbeda namun tetap menjadikan salah satu variabel dari *product placement* atau *brand awareness*, untuk dapat mengetahui apakah *product placement* dapat mempengaruhi hal lainnya selain *brand awareness* atau apakah *brand awareness* dapat mempengaruhi hal lainnya selain *product placement*.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa memberikan sebuah perbandingan antar produk atau antar media yang menggunakan *product placement*.