

## BAB V

### PENUTUP

Dalam bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran terkait dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Jingle* Rejoice Hijab 3 in 1 #Hijabisa Pada Aplikasi *Streaming* Joox Terhadap Efektivitas Iklan”

#### 5.1 Kesimpulan

1. Dari hasil perhitungan frekuensi kelompok responden, dapat diketahui bahwa dari seluruh responden lebih banyak yang sering menggunakan aplikasi *streaming* Joox. Persentase terbesar durasi menggunakan aplikasi *streaming* Joox dalam sehari berasal dari kelompok pengguna 30-60 menit perhari sehingga dapat disimpulkan bahwa Siswi SMK Bina Prestasi merupakan pengguna aktif aplikasi *streaming* Joox.
2. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan EPIC Model semua dimensi dinyatakan efektif. Iklan Rejoice Hijab 3 in 1 memiliki kepentingan dan tujuan dan kepentingan pada dampak (*Impact*), yaitu apakah suatu merek dapat terlihat menonjol dibandingkan merek lainnya pada kategori yang sama dan pengetahuan terhadap produk.
3. Berdasarkan hitung analisis regresi, diketahui adanya pengaruh yang signifikan dari *Jingle* Rejoice Hijab 3 in 1 #Hijabisa pada aplikasi *streaming* Joox terhadap efektivitas iklan. Tujuan dari penelitian adalah mengetahui besaran pengaruh *jingle* Rejoice Hijab 3 in 1 pada aplikasi *streaming* Joox terhadap efektivitas iklan. 30,4% Efektivitas Iklan (Variabel Y) ditentukan variabel *jingle* (Variabel X) Rejoice Hijab 3 in 1 #Hijabisa Pada Aplikasi *Streaming* Joox , dan sisanya 69,6% ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian.

#### 5.2 Saran

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, dengan judul “Pengaruh *Jingle* Rejoice Hijab 3 in 1 #Hijabisa Pada Aplikasi *Streaming* Joox Terhadap Efektivitas Iklan” berikut ini akan dikemukakan beberapa saran yang dianggap relevan dengan penelitian. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. *Jingle* dapat mempermudah konsumen dalam menerima informasi yang disajikan dengan musik yang ceria namun Rejoice Hijab 3 in 1 harus memperhatikan agar membuat konsumen merasakan adanya perasaan khusus saat mendengarkan *jingle*. Hendaknya *jingle* dibuat sedemikian rupa dengan memperhatikan sifat empati konsumen sehingga konsumen lebih merasa dekat dengan produk Rejoice Hijab 3 in 1.
2. Hendaknya Rejoice Hijab 3 in 1 dapat selalu mengikuti perkembangan media periklanan lainnya yang tentunya sesuai dengan target sasaran yang diinginkan.
3. Dalam pembuatan iklan selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan kualitas dengan inovasi yang lebih menarik agar iklan efektif sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh pengiklan.