

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian yang dibuat oleh peneliti yaitu, untuk mengukur besarnya Pengaruh Daya Tarik Iklan Indoeskrim Versi “Kisah Legenda Nusantara” Di Media Sosial *Youtube* Terhadap Peningkatan *Brand Awareness* (Survei Pada Siswa-Siswi Smk Keluarga Widuri)

Berdasarkan hasil penelitian yaitu analisis data dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa :

- a. Presentase tertinggi pada variabel X (Daya Tarik Iklan), yang terletak pada dimensi “informatif” 465 frekuensi (50.1%) yang memilih “Setuju”, dapat disimpulkan mayoritas responden “Setuju” sebanyak 50.1%. hal ini dikarenakan daya tarik iklan Indoeskrim versi “Kisah Legenda Nusanatar” di media sosial youtube mampu menyampaikan informasi produk dengan baik
- b. Presentase tertinggi pada variabel Y (*Brand Awareness*), yang terletak pada dimensi “*Brand Recognition*/pengenalan merek” 173 frekuensi (49.7%) yang memilih setuju, dapat disimpulkan mayoritas responden yang menjawab “Setuju” sebanyak 49.7%. hal ini dapat disimpulkan *Brand awareness* membuat konsumen mengenal merek dengan baik.
- c. Hasil analisis regresi menggunakan *SPSS* versi 23 menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang nyata pada Daya Tarik iklan Indoeskrim versi “Kisah Legenda Nusantara” di media sosial *youtube* terhadap peningkatan *Brand Awareness*
- d. Hasil analisis koefisien nilai r square 0.222 artinya adalah Daya Tarik Iklan Indoeskrim versi “Kisah Legenda Nusantara” di media sosial *youtube* terhadap peningkatan *brand awareness* signifikan tapi dengan kontribusi yang kecil karena hanya mempunyai kontribusi sebesar 22.2%, dan sisanya sebesar 77.8% disebabkan oleh daya tarik iklan melalui media lain seperti daya tartik iklan di televisi dan lainnya.

5.2 Saran

Dalam hasil penelitian ini yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Iklan Indoeskrim Versi “Kisah Legenda Nusantara” Di Media Sosial *Youtube* Terhadap Peningkatan *Brand Awareness* (Survei Pada Siswa-Siswi Smk Keluarga Widuri), maka peneliti memberikan saran yaitu :

- a. Indoeskrim dalam mempromosikan produk nya tidak cukup hanya dengan video di *Youtube*, tetapi juga dengan periklanan yang lebih kuat pengaruhnya seperti di televisi atau iklan luar ruang di ibu kota. Agar lebih banyak masyarakat yang tahu tentang merek Indoeskrim.
- b. Iklan indoeskrim harus lebih banyak melakukan promosi dan lebih banyak meningkatkan daya tarik iklannya agar masyarakat lebih tertarik lagi untuk melihat iklan tersebut dan dapat meningkatkan pengetahuan merek Indoeskrim dimasyarakat.

