

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan melalui penyebaran kuesioner atau angket serta observasi dengan judul Pengaruh *Humor Appeals* iklan televisi kartu seluller Axis versi “cekrek *upload* sepuasnya” yang dilakukan di SMAN 4 Depok yang selanjutnya data tersebut diolah dengan menggunakan SPSS versi 21 , maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Humor Appeals* terhadap *Brand Image*, memiliki kolerasi yang kuat bahwa kekuatan yang kuat hubungannya dengan iklan yang menarik dengan menampilkan tayangan yang lucu, dan berbagai macam promo yang ditawarkan untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan provider Axis. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y berada pada posisi dibawah 50%. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat terjawab yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada pengaruh *Humor Appeals* pada iklan televisi kartu Axis versi “Cekrek *Upload* Sepuasnya” terhadap *Brand Image* (survei pada siswa-siswi SMAN 4 DEPOK).

Tujuan perusahaan provider Axis membuat iklan menggunakan *Humor Appeals* , karena mengiklankan dengan cara humor dianggap punya nilai lebih banyak menarik perhatian dan lebih disukai oleh responden sehingga dapat membuat ketertarikan dan keingintahuan lebih lanjut, serta dapat meningkatkan penggunaan provider seluller Axis pada kalangan remaja. Iklan yang ditayangkan menggunakan unsur humor dapat membuat responden memahami dan tertarik melihat tayangan iklan yang lucu atau menampilkan unsur humor sehingga dapat bersaing dengan perusahaan provider lainnya. Dan dapat menaikkan minat responden untuk menggunakan kartu Axis tersebut.

V.2 Saran

Dari penelitian yang dilakukan dengan judul pengaruh humor appeals iklan televisi kartu seluller Axis versi “crek *upload* sepuasnya” terhadap *brand image* yang dilakukan di SMAN 4 Depok , maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

- a. Diharapkan iklan kartu seluller Axis versi “cekrek *upload* sepuasnya” dapat lebih berinovasi dalam membuat dan mengeluarkan iklan versi barunya dengan menggunakan pengaruh *humor appeals* lainnya sehingga menyajikan iklan yang berbeda dan lebih kreatif.
- b. Kartu seluller Axis lebih memperbanyak mempromosikan produk yang terkait melalui media – media lainnya selain televisi, yang sesuai dengan karaktersitik target pasarannya.
- c. Diharapkan kartu seluller Axis dapat membuat dan mengeluarkan produk yang lebih banyak seperti promo – promo yang menarik dan bermanfaat bagi konsumen.
- d. Karena pengaruh *humor appeals* terhadap pembentukan *brand image* berada dibawah 50% dengan demikian, provider kartu axis dapat merubah atau berinovasi agar lebih bisa menarik minat konsumen untuk membeli.