

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh penggunaan pesan iklan melalui *jingle* McDonald's versi "mana lagi" di media televisi terhadap peningkatan *brand equity* (survei kepada mahasiswa politeknik swadharma pondok cabe), pembahasan yang didapat dari penyebaran dari kuesioner dan observasi yang kemudian data tersebut diolah dengan SPSS versi 21, maka peneliti menyimpulkan:

- a. Karakteristik responden yang berjumlah 86 terdiri dari 31 responden laki-laki dan 55 responden perempuan, yang merupakan sampel dari penelitian dan merupakan mahasiswa aktif di Politeknik Swadharma Pondok Cabe.
- b. Hasil dari analisis inferensial didapatkan hasil koefisien korelasi r yaitu = 0,641, nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat karena terletak diantara 0,600 – 0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara penggunaan pesan iklan melalui *jingle* (Variabel X) terhadap peningkatan *brand equity* (Variabel Y) memiliki hubungan yang kuat.
- c. Berdasarkan hasil dari uji determinasi, yaitu untuk menghitung besarnya peran atau pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Diketahui nilai Korelasi (r) = 0,641, maka dapat dikatakan 41% peningkatan *brand equity* (Variabel Y) ditentukan oleh penggunaan pesan iklan melalui *jingle*. Dan sisanya sejumlah 59% ditentukan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini atau sebagainya.
- d. Hasil dari uji hipotesis dengan uji t, diperoleh t hitung sebesar 7,637 dan t tabel sebesar $> 1,663$ maka dapat ditentukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh penggunaan pesan iklan melalui *jingle* McDonald's versi mana lagi di media televisi terhadap peningkatan *brand equity* (survei kepada mahasiswa politeknik swadharma pondok cabe).

V.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan judul Pengaruh penggunaan pesan iklan melalui jingle McDonald's versi "mana lagi" di media televisi terhadap peningkatan *brand equity*, maka peneliti memberikan saran yaitu:

- a. McDonald's sebaiknya melakukan inovasi-inovasi baru yang lebih kreatif seperti menampilkan penyanyi terkenal untuk menyanyikan *jingle* tersebut. Selain melalui *jingle* yang di *recycle*, bisa membuat *jingle* baru yang lebih *fresh* dan dengan *packaging* yang menarik. Dengan sering terlihat oleh konsumen maka semakin menarik perhatian dan bisa memutuskan untuk membeli serta membuat konsumen lebih loyalitas terhadap McDonald's.
- b. Untuk mencapai tujuan sebaiknya sebuah *jingle* lebih baik mengandung banyak kata-kata untuk lebih menarik perhatian begitu pula halnya dengan *jingle* McDonald's agar lebih agresif dalam mengiklankan produk atau terobosan terbaru dari McDonald's agar tidak dapat tersaingi dengan produk-produk lain.
- c. Serta McDonald's lebih dapat meningkatkan kesadaran merek karena dengan menggambarkan kesadaran akan merek dan produknya didalam pikiran konsumen, yang mempunyai peranan kunci dalam peningkatan *brand equity*.