

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan dan Saran**

##### **V.1.1 Kesimpulan**

1. *Jingle Coca-Cola Share A Coke ID* Versi Nikmati Bersama mempunyai nilai skor dengan rata-rata sebesar 3,62. Sedangkan *Brand Image* mempunyai nilai skor rata-rata sebesar 3,15.
2. Terdapat pengaruh antara *jingle Coca-Cola Share A Coke ID* versi Nikmati Bersama terhadap *brand image* khalayak sebesar 94,2% sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

##### **V.1.2 Saran**

Walaupun *jingle Coca-Cola* mengikuti adanya perubahan yang terus menerus mengikuti jaman, namun alangkah baiknya dari *jingle Coca-Cola* lebih ditingkatkan lagi dari lirik yang jelas dengan makna di *jingle Coca-Cola* tersebut, hal ini untuk lebih menjual lagi nilai produk Coca-Cola itu sendiri.