

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran terpadu Ardani Indonesia Terhadap peningkatan *brand awareness* pada pengunjung situs www.bukalapak.com.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh komunikasi pemasaran terpadu Ardani Indonesia memiliki pengaruh yang kuat terhadap peningkatan *brand awareness*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi komunikasi pemasaran terpadu (variabel X) dengan *brand awareness* (variabel Y) sebesar 0,775, angka tersebut berada diantara 0,71 – 0,90, yang memiliki arti bahwa tingkat hubungannya kuat. Hasil uji regresi menggunakan rumus $Y=a+bX$, $Y=9,918+0,443X$ didapatkan hasil pengaruh sebesar 9,918 antara variabel X dan Y dan jika mengalami kenaikan pengaruh variabel X maka meningkatkan nilai sebesar 0,443 pada variabel Y. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 60,1%. Dengan demikian perhitungan t hitung $>$ t tabel yaitu $11,038 > 1,664$ maka dapat ditentukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

V.2 Saran

Peningkatan *brand awareness* pada dasarnya dibutuhkan oleh semua pelaku usaha ataupun perusahaan. Penggunaan komunikasi yang baik serta media secara tepat dapat mempengaruhi keberlangsungan *brand* tersebut hingga melekat dibenak masyarakat.

Maka dari itu penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada Ardani Indonesia untuk terus mempertahankan fungsi media *online* sebagai bentuk komunikasi yang efektif agar terus meningkatkan *awareness* kepada masyarakat (konsumen). Serta terus meningkatkan kegiatan periklanan secara *online* dan memanfaatkan *social media* yang

ada dan seluruh saluran media jual beli *online* lainnya yang ada di Indonesia.

2. Kepada para pelaku usaha lainnya agar terus mengembangkan berbagai macam strategi komunikasi dan promosi untuk meningkatkan kesadaran hingga mempertahankan citra *brand*.
3. Kepada Bukalapak.com dalam persaingan situs jual-beli dan aplikasi secara *online* yang semakin beragam jenisnya agar terus meningkatkan fitur-fitur yang mengutamakan aspek kemudahan, kenyamanan serta keamanan dalam pengoperasian aplikasi Bukalapak agar pengguna dan pengunjung lebih mempercayakan bukalapak.com sebagai situs jual-beli yang terpercaya.
4. Kepada Akademisi agar terus mengeksplor ragam penelitian serta kegiatan komunikasi pemasaran terpadu lainnya yang bersifat saling menguntungkan ataupun membangun kepercayaan kepada masyarakat.

