

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran terkait dengan hasil penelitian yang berjudul “ Daya Tarik Jingle Iklan Jing Dong (JD.ID) Terhadap *Brand Awareness*”

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian dan pembahasan yang didapat merupakan hasil dari penyebaran kuesioner dan hasil dari kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS21, maka peneliti menyimpulkan :

1. Presentase tertinggi dari hasil penyebaran kuesioner dengan responden berjumlah 100, bahwa *fanepage* JD.ID 21-25 tahun yang merupakan sebagian besar adalah SMA/SMK.
2. Berdasarkan tabel 30, yang menggunakan SPSS *for windows* terdapat nilai korelasi r yaitu = 0,779, nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat karena terletak di antara 0,600-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik jingle iklan jing dong indonesia (JD.ID) di media youtube (Variabel X) terhadap peningkatan *brand awareness*(Variabel Y) memiliki hubungan yang kuat.
3. Hasil uji hubungan dengan menggunakan Rank Spearman menggunakan SPSS21 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y.
4. Melihat dari uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan daya tarik jingle iklan jing dong indonesia (JD.ID) di media youtube terhadap peningkatan *brand awareness*. Maka disimpulkan Variabel X atau variabel bebas yaitu Daya Tarik Jingle Iklan Jing Dong Indonesia (JD.ID) memberi pengaruh sebesar 60,7% dan sisanya yaitu 39,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan judul Daya Tarik Jingle Iklan Jing Dong Indonesia (JD.ID) terhadap Peningkatan *Brand Awareness* maka peneliti memberikan saran:

1. JD.ID seharusnya dapat memperluas lagi jangkauan pemasaran produk dan jasa mereka di berbagai media. Walaupun youtube sekarang sedang naik tetapi alangkah lebih baik juga menyebar produk penjualan jasa mereka ke media yang lain seperti di televisi atau yang lainnya.
2. Untuk lebih meningkatkan *Brand Awareness* JD.ID bisa membuat suatu inovasi yang lebih segar dan menarik agar masyarakat tidak bosan untuk melihat iklan mereka.
3. Saluran media juga harus diperbanyak agar JD.ID semakin dapat dikenal semua orang.

