

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap pemanfaatan E-PR Alex[a]lexa dalam membangun *brand awareness* pelanggan, dan melihat hasil perhitungan penelitian, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian, yang paling banyak beranggapan bahwa pemanfaatan E-PR Alex[a]lexa cukup bermanfaat dalam membangun *brand awareness* pelanggan sebanyak 57 responden (79,2%).
- b. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui sebanyak 15 responden (20,8%) yang menyatakan bahwa pemanfaatan E-PR yang digunakan Alex[a]lexa cukup baik dalam membangun *brand awareness* pelanggan.
- c. Dari tabel 41 dapat diketahui bahwa sebanyak 67 responden atau 67,7% dari 99 responden menyatakan bahwa pemanfaatan Alex[a]lexa dalam menggunakan E-PR cukup bermanfaat, dan 72 responden atau 72,7% dari 99 responden memiliki tingkat *brand awareness* yang cukup baik.
- d. Berdasarkan signifikansi koefisien korelasi variabel pemanfaatan E-PR Alex[a]lexa dalam membangun *brand awareness* pelanggan, didapat t_{hitung} adalah **8,372** yang kemudian dapat dibandingkan dengan T_{tabel} **1,985** sehingga dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya adanya hubungan antara pemanfaatan E-PR Alex[a]lexa dalam membangun *brand awareness* pelanggan.

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap pemanfaatan E-PR Alex[a]lexa dalam membangun *brand awareness* pelanggan, dan melihat hasil perhitungan penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a. Hubungan pemanfaatan E-PR Alex[a]lexa dalam membangun *brand awareness* pelanggan cukup baik, maka diharapkan Alex[a]lexa menjaga

kualitas dari E-PR tersebut atau membuat E-PR Alex[a]lexa lebih menarik lagi untuk pelanggan lebih tertarik mengunjungi E-PR Alex[a]lexa sehingga pelanggan dapat lebih cepat mengingat brand Alex[a]lexa.

- b. *Brand awareness* dari Alex[a]lexa tidak hanya dilihat dari media atau tampilan E-PR saja, tapi pelanggan atau khalayak dapat mengingat apabila Alex[a]lexa dapat mempertahankan media-media yang digunakan atau mengembangkan media-media yang digunakan jadi lebih inovatif.
- c. Alex[a]lexa juga diharapkan untuk membuat media-media yang digunakan dapat membantu penjualan Alex[a]lexa sampai mancanegara. Terlebih lagi pelanggan atau khalayak lebih sering menggunakan media online sebagai tempat utama dalam mencari informasi dan untuk membantu berbelanja pakaian bagi orang-orang yang tidak punya waktu untuk datang ke tokonya.

