

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Berdasarkan analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka simpulan dari penelitian ini diantaranya: periklanan berpengaruh terhadap kesadaran merek *Crisp Enye-Enye*. Artinya periklanan yang telah dilakukan dapat meningkatkan kesadaran merek *Crisp Enye-Enye*. Selanjutnya pemasaran langsung berpengaruh terhadap kesadaran merek *Crisp Enye-Enye*. Artinya pemasaran langsung yang diterapkan dapat meningkatkan kesadaran merek *Crisp Enye-Enye*, dan yang terakhir adalah penjualan personal tidak berpengaruh terhadap kesadaran merek *Crisp Enye-Enye*. Artinya bahwa penjualan personal yang dilakukan tidak dapat meningkatkan maupun menurunkan tingkat kesadaran merek *Crisp Enye-Enye*.

V.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan tentunya memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan tersebut diantaranya:

1. Minimnya pemahaman responden terhadap isi kuisioner serta sikap kepedulian dan keseriusan dalam menjawab semua pertanyaan yang ada sehingga dapat mengakibatkan penelitian ini rentan adanya jawaban yang bias.
2. Terbatasnya ruang gerak penelitian karena adanya kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dalam masa pandemi COVID-19.
3. Terbatasnya waktu dalam menyelesaikan penelitian ini.

V.3. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta simpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan peneliti diantaranya:

1. Peneliti memberikan saran kepada UMKM *Crisp Enye-Enye* untuk meningkatkan kesadaran merek melalui periklanan dan pemasaran langsung. Sedangkan perlu adanya perbaikan dalam strategi penjualan personal.

2. Saran untuk penelitian mendatang, diharapkan adanya variabel independen lain agar penelitian yang dilakukan lebih bervariasi dan lebih menguatkan lagi tentang kesadaran merek.